

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

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

Материалы XXVI международной научно-практической
конференции студентов, аспирантов и молодых ученых
мая 2024 г.

Том 4

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

Электронное научное издание

Владивосток
Издательство ВВГУ
2024

УДК 378.4
ББК 74.584(255)я431
И73

**Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальне-
И73 восточного региона России и стран АТР : материалы
XXVI международной науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых
ученых (г. Владивосток, мая 2024 г.) : в 4 т. Т. 4 / под общ. ред. д-ра экон. на-
ук Т.В. Терентьевой ; Владивостокский государственный университет ; Электрон.
текст. дан. (1 файл: 17,7 МБ). – Владивосток: Изд-во ВВГУ, 2024. – 1 электрон.,
опт. диск (CD-ROM). – Систем. требования: Intel Pentium (или аналогичный про-
цессор 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 978-5-9736-0734-0

Включены материалы XXVI международной научно-практической кон-ференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Интеллектуальный потен-циал вузов – на раз-витие Дальневосточного региона России и стран Азиатско-Тихоокеанского региона», со-стоявшейся во Владивостокском государственном университете (г. Владивосток, апре-ля 2024 г.).

Том 4 включает в себя следующие секции:

- Перспективные технологии и методы преподавания биологии и географии (Пе-дагоги).
- Экология и охрана окружающей среды (Экологи).
- Маркетинг и логистика исследования, профессия, практика.
- Сервис на транспорте как фактор повышения качества жизни.
- Физическая культура, спорт и здоровье концепции, инновации, технологии.
- Современный спорт концепции, технологии, перспективы.
- Актуальные вопросы адаптивной физической культуры и реабилитации.
- Современные практики адаптивного физического воспитания и спорта.
- Психология на современном этапе личность, возраст, профессия.

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 978-5-9736-0734-0

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

Компьютерная верстка М.А. Портновой

690014, г. Владивосток, ул. Гоголя, 41

Тел./факс: (423)240-40-54

Подписано к использованию 2024 г.

Объем МБ. Усл.-печ. л.

Тираж 300 (I–25) экз.

СОДЕРЖАНИЕ

Секция. ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И МЕТОДЫ ПРЕПОДАВАНИЯ БИОЛОГИИ И ГЕОГРАФИИ (ПЕДАГОГИ)

<i>Блохина В.В., Кононов А.Ю.</i> Массовые открытые онлайн-курсы как ресурс образовательной программы 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки) "ФГБОУ ВО "ВВГУ"	7
<i>Никитина П.О., Кононов А.Ю.</i> Мастер-класс для 8–9 классов по направлению 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки) Биология и география	10

Секция. ЭКОЛОГИЯ И ОХРАНА ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ (ЭКОЛОГИ)

<i>Анипко В.А., Гриванов И.Ю.</i> Оценка воздействия на атмосферный воздух от деятельности ООО «Приморский тарный комбинат»	14
<i>Демиденко Р.С., Макарова В.Н.</i> Инвентаризация источников выбросов загрязняющих веществ для «Avto Dero» И.П. Мацко М.А., г. Находка	19
<i>Винокуров А.А., Макаров В.Н.</i> Выявление горимости территории Приморского края в аспекте рационального природопользования	23
<i>Волобуева А.С., Тарасова Е.В.</i> Оценка выбросов парниковых газов предприятиями угольной промышленности (на примере РУ «Новошахтинское» филиал ООО «Приморскуголь»)	29
<i>Давыденко Е.С., Тарасова Е.В.</i> Реализация программ экологического образования, воспитания и культуры в МБОУ СОШ №1 имени А.А. Курбаева Надеждинского района, Приморский край.	34
<i>Еланцева С.В., Макарова В.Н.</i> Инвентаризация отходов производства и потребления на примере ООО «Мартен», г. Артём, Приморский край	39
<i>Игнатенко И.И.</i> Почему важно сортировать мусор?	43
<i>Корчинова А.С., Тарасова Е.В.</i> Инвентаризация отходов производства и потребления на предприятии АО «ДРСК»	48
<i>Лапшин И.А., Гриванов И.Ю.</i> Расчет нормативов предельно допустимых выбросов в атмосферу и анализ поля рассеивания концентраций загрязняющих веществ на примере Преображенской базы тралового флота, пгт. Преображение	51
<i>Пузаков В.А., Самбуев С.Б.</i> Инвентаризация отходов предприятия розничной торговли ООО «Айсберг»	56
<i>Русакова М.А., Самбуев С.Б.</i> Формирование баз данных численности и распределения <i>Grus vipio</i> (Pallas, 1811) на территории заповедника «Даурский»	60
<i>Унжакова В.С.</i> Формирование стратегических целей государственной политики в области экологической безопасности и природопользования Приморского края	63

Секция. МАРКЕТИНГ И ЛОГИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ, ПРОФЕССИЯ, ПРАКТИКА

<i>Валетова В.А., Тысячная Н.А.</i> Совершенствование качества услуги розничной торговли на основе структурирования функций качества	67
<i>Гаврилова А.В., Сычева В.М.</i> Исследование инструментов продвижения предприятия в сети Интернет	70
<i>Демченко Е.А., Саакян Г.А., Сары Ю.А.</i> Параллельный импорт: сущность, тенденции, перспективы	74
<i>Дербина М.И.</i> Выявление особенностей логистических подходов на маркетплейсах	79
<i>Дивнич П.С., Лайчук О.В.</i> Современные аспекты безопасности и сервиса промышленных и пассажирских перевозок на автомобильном транспорте	84
<i>Жидкова М.У., Сушкина А.Д., Жохова В.В.</i> Исследование инструментов продвижения в сети Интернет	88
<i>Латкина А.А.</i> Влияние глобальных факторов на международные транспортные коридоры между Европой и Азией	93
<i>Левченко А.В., Смольянинова Е.Н.</i> Проблема логистической транспортной инфраструктуры и её влияние на экологию	96
<i>Нагибко А.В.</i> Анализ модели бизнес-сервисов сетевых компаний FMCG-сегмента на примере ООО «Вирэй»	102
<i>Нечехун М.С., Ким А.Г.</i> Социальные сети, как инструмент привлечения клиентов в сферу услуг	105

<i>Орехов Р.В., Баканов А.А., Корж Т.И., Жохова В.В.</i> Исследование основных трендов на рынке цифрового маркетинга России/мира.....	110
<i>Пехтерев Я.И., Ким А.Г.</i> Интернет-технологии продвижения услуг на автомобильном рынке (на примере Приморского края).....	114
<i>Полозов Н.О., Глухоманова А.А.</i> Исследование потребительских предпочтений при выборе немолочных напитков на растительной основе.....	119
<i>Свищева О.А., Торба А.Т., Жохова В.В.</i> Исследование значения доставки товаров на современном этапе развития общества.....	123
<i>Халяпина Е.А.</i> Голос в туристской рекламе: влияние на восприятие	126
<i>Че Р.Д., Зускин К.Ю.</i> Современное развитие Приморского края как транзитного логистического региона в условиях внешних санкций.....	129
<i>Чеканова О.О., Блюдик А.Р.</i> Оптимизация расчёта стоимости доставки сборных грузов с использованием табличного процессора.....	132

Секция. СЕРВИС НА ТРАНСПОРТЕ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ

<i>Бутенко Е.Н., Розанова Е.А.</i> Разработка мероприятий по совершенствованию обслуживания пассажиров АО «Приморское агентство авиационных компаний» при организации зарубежных поездок	137
<i>Ветрова Я.С., Королева Л.А.</i> Особенности коммуникативных взаимодействий в АО «Терминал Владивосток», г. Артем.....	140
<i>Жданова В.П., Фалько Л.Ю.</i> Исследование подходов к оценке качества услуг на предприятии «АО Приморское агентство авиационных компаний», г. Владивосток	145
<i>Заболотная А.А., Слесарчук И.А.</i> Формирование оценочных показателей сервисной деятельности транспортно-логистической компании	149
<i>Иванова У.О., Фалько Л.Ю.</i> Оценка удовлетворенности потребителей работой структурных подразделений сервисного предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний», г. Владивосток	152
<i>Капацкий Д.С.</i> Анализ сервисной деятельности АО «Приморское агентство авиационных компаний», г. Владивосток.....	156
<i>Коваль К.Э., Шеромова И.А.</i> Исследование приоритетных направлений развития инновационных решений для обеспечения авиационной безопасности.....	160
<i>Комлева М.О., Шеромова И.А.</i> Факторы влияния и оценочные характеристики качества информационных услуг аэропорта	164
<i>Кравченко Ю.В., Фалько Л.Ю.</i> Анализ мотивационных аспектов в деятельности персонала сервисного предприятия в сфере транспорта	168
<i>Ларкина Н.А., Мельникова Л.А.</i> Использование интерактивных методов в профилактике транспортной безопасности для школьников 16–18 лет.....	172
<i>Мавлютов М.Р., Слесарчук И.А.</i> Анализ требований к организации сервисной деятельности представительств авиакомпаний.....	179
<i>Мартынова А.О., Шеромова И.А.</i> Влияние системы мотивации персонала на формирование социально-психологического климата в коллективе	182
<i>Мусатова М.А., Слесарчук И.А.</i> Показатели качества предоставления услуг в точках общественного питания в аэропорту	185
<i>Олейник С.А., Фалько Л.Ю.</i> Анализ имиджевых характеристик АО «Международный аэропорт Владивосток», г. Артём в контексте его продвижения.....	189
<i>Осадчая В.В., Слесарчук И.А.</i> Анализ предпочтений пассажиров в области информационно-справочного обслуживания в аэропорту	195
<i>Отрок А.В., Шеромова И.А.</i> Исследование внутренней клиентоориентированности авиакомпании в отношении персонала каabinного экипажа.....	198
<i>Патрушева В.О.</i> Анализ отрасли судоремонтных услуг.....	202
<i>Петрова Я.В., Слесарчук И.А.</i> Исследование работы персонала в аэропорту в контексте гостеприимного сервиса	206
<i>Репко П.А., Шеромова И.А.</i> Особенности формирования клиентского сервиса при прохождении процедур по обеспечению авиационной безопасности	209

<i>Селезнёва А.М., Фалько Л.Ю.</i> Формирование клиентоориентированности сервисного предприятия на примере АО «Почта России».....	213
<i>Сорокавашина К.А., Шеромова И.А.</i> Исследование направлений развития деятельности предприятия на основе построения бизнес-модели по шаблону Остервальдера на примере ООО «ТБСтрой-Находка»	218
<i>Фомичев Л.И.</i> Совершенствования процесса обслуживания клиентов транспортной компанией ООО «СК «ПАВИНО», г. Владивосток	223
<i>Шеферт Е.А., Королева Л.А.</i> Исследование процесса оценки и аттестации сотрудников сервисной службы АО «Терминал Владивосток», г. Артем.....	227

Секция. ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА, СПОРТ И ЗДОРОВЬЕ КОНЦЕПЦИИ, ИННОВАЦИИ, ТЕХНОЛОГИИ

<i>Андрейченко К.А.</i> Формирование самостоятельности у детей 7–8 лет средствами художественной гимнастики	232
<i>Дядюша В.Ю., Мазитова Н.В.</i> Особенности обучения катанию на сапборде девушек 16–17 лет.....	235
<i>Заблоцкий В.С., Кудра Т.А.</i> Перспективы развития киберспорта в вузе (на примере МГУ имени адмирала Г.И. Невельского)	239
<i>Курицын Д.Е., Шумская О.О.</i> Исследование вклада аэробного и анаэробного механизмов энергообразования на бег	242
<i>Мягков Д.И., Дьяконова Т.М.</i> Футбол как средство повышения мотивации к занятиям по физической культуре у девочек 15–16 лет	245
<i>Нижегородова К.Ю.</i> Использование анимационных учебных заданий при обучении плаванию детей 6–8 лет с водобоязнью	248
<i>Потетина Е.А., Дьяконова Т.М.</i> Актуальность развития эмоционального интеллекта в современной школе с применением подвижных игр у учащихся 9–10 лет	252
<i>Свистун В.С., Высовень Г.И.</i> Способы снижения тревожности у школьников 7–8 классов средством физической культуры.....	255
<i>Тимошенко К.П., Варнина А.С.</i> Развитие новых видов спорта во Владивостоке и Приморском крае за последние 5 лет	257

Секция. СОВРЕМЕННЫЙ СПОРТ КОНЦЕПЦИИ, ТЕХНОЛОГИИ, ПЕРСПЕКТИВЫ

<i>Быкова С.Р., Ковпак К.А.</i> Фиджитал-скейтбординг как среда для международного сотрудничества и обмена культурными ценностями среди молодежи на примере турнира «Игры будущего»	260
---	-----

Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ АДАПТИВНОЙ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И РЕАБИЛИТАЦИИ

<i>Баркина Д.Ю., Журавская Н.С.</i> Галотерапия как средство реабилитации при пневмонии у детей младшего школьного возраста	264
<i>Васянина И.А., Высовень Г.И.</i> Оптимизация физического состояния девочек 8–10 лет средствами адаптированных гимнастик на внеурочных занятиях в специальной медицинской группе.....	267
<i>Ватолина А.С., Журавская Н.С.</i> Физическая реабилитация пациентов с хронической обструктивной болезнью лёгких	272
<i>Комаров А.С., Шумская О.О.</i> Принципы сохранения качества жизни в старости.....	275
<i>Попова Е.С., Шумская О.О.</i> Как кардиотренировка ускоряет процесс сжигания жира.....	279
<i>Ширинова Э.Г., Кудра Т.А.</i> Физкультурная пауза для глаз на учебных занятиях как средство профилактики ухудшения зрения у студентов	281

Секция. СОВРЕМЕННЫЕ ПРАКТИКИ АДАПТИВНОГО ФИЗИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ И СПОРТА

<i>Баркина Н.В., Мазитова Н.В.</i> Выявление отношения обучающихся с умственной отсталостью к водным видам спорта	287
<i>Панкрашин Д.А.</i> Особенности содержания комплексов упражнений соревновательной направленности по легкой атлетике, используемых в учебно-тренировочной деятельности учащихся с интеллектуальными нарушениями 10–11 лет	290

<i>Степанов Г.В.</i> Организация исследования, направленного на повышение личностной и профессиональной самореализации студентов СПО с нарушением интеллекта, средствами цифрового сопровождения физкультурно-спортивной деятельности.....	293
<i>Шевцов А.А., Барабаш О.А.</i> Сравнительный анализ федеральных стандартов спортивной подготовки по виду спорта «Дзюдо» и по спортивной дисциплине «Дзюдо» спорта лиц с интеллектуальными нарушениями	296

Секция. ПСИХОЛОГИЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ. ЛИЧНОСТЬ, ВОЗРАСТ, ПРОФЕССИЯ

<i>Азаров Н.А.</i> Взаимосвязь толерантности к неопределенности и уровня социальной тревожности у студентов	300
<i>Бессонова О.С.</i> Эмоциональные схемы и эмоциональная дисрегуляция у женщин.....	303
<i>Быкова С.Р.</i> Графологический анализ как метод психодиагностики при определении профессионально-значимых качеств	307
<i>Волков А.В.</i> Экзистенциальные мотивации и зависимое поведение.....	318
<i>Данько Е.С.</i> Эмпирический аспект переживания обиды	322
<i>Дубовенко С.М.</i> Затрудненное общение современных студентов вуза	326
<i>Ким Е.Е., Екинцев В.И.</i> Девиантное поведение в контексте детско-родительских отношений.....	330
<i>Ким И.С.</i> Типы привязанности и восприятия семьи у младших школьников	334
<i>Куланина М.Ю.</i> Когнитивные искажения, социальные аксиомы, типы мышления, отношение к реальности у студентов с разным уровнем депрессии	336
<i>Марамчина К.И., Капустина Т.В.</i> Отношение к телу у современной молодежи.....	342
<i>Мельникова А.Ю.</i> Когнитивные искажения у молодых людей с высоким уровнем социальной тревоги	347

Секция. ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И МЕТОДЫ ПРЕПОДАВАНИЯ БИОЛОГИИ И ГЕОГРАФИИ (ПЕДАГОГИ)

УДК 378.147

МАССОВЫЕ ОТКРЫТЫЕ ОНЛАЙН-КУРСЫ КАК РЕСУРС ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ 44.03.05 ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ (С ДВУМЯ ПРОФИЛЯМИ ПОДГОТОВКИ) "ФГБОУ ВО "ВВГУ"

В.В. Блохина, бакалавр
А.Ю. Кононов, канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. В исследовании анализируются возможности применения массовых открытых онлайн-курсов в преподавании географии. Дается определение термина "массовые открытые онлайн-курсы" и классифицируются их разновидности. Также выделяются доступные курсы для преподавания географических знаний в рамках обучения соответствующим дисциплинам по учебному плану ФГБОУ ВО «ВВГУ» по направлению подготовки 44.03.05 "Педагогическое образование" (с двумя профилями подготовки. Биология и география).

Ключевые слова: материально-техническое обеспечение, электронное обучение массовые открытые онлайн-курсы, платформы MOOC, география.

MASS OPEN ONLINE COURSES AS A RESOURCE OF THE EDUCATIONAL PROGRAM 44.03.05 PEDAGOGICAL EDUCATION (WITH TWO TRAINING PROFILES) "VVSU FEDERAL STATE BUDGETARY EDUCATIONAL INSTITUTION"

Abstract. The study analyzes the possibilities of using massive open online courses in teaching geography. The definition of the term "massive open online courses" is given and their varieties are classified. There are also available courses for teaching geographical knowledge in the framework of training in relevant disciplines according to the curriculum of the Federal State Educational Institution of Higher Education "VVSU" in the field of training 44.03.05 "Pedagogical Education" (with two training profiles. Biology and geography).

Keywords: logistics, e-learning, mass open online courses, MOOC platforms, geography.

Согласно Приказу Министерства образования и науки РФ от 22 февраля 2018 г. № 125 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)" при реализации данного направления подготовки организации должны использовать материально-техническое обеспечение.

На основе четвертого пункта данного документа была составлена схема, в которой показано какие ресурсы обязаны применяться для осуществления направления подготовки 44.03.05 [1].

Одним из пунктов материально-технического обеспечения является доступ к электронной информационно-образовательной среде организации. Но при этом организация, осуществляющая направление подготовки, может не только использовать в обучении собственные ресурсы, но и выводить занятия на массовые открытые онлайн-курсы, которые предлагают другие организации.

Массовый открытый онлайн-курс (МООК) – это доступный онлайн-курс с интерактивными материалами и обратной связью для участников. В дополнение к обычным материалам, таким как видеозаписи лекций, чтения и задачи, многие МООК предлагают интерактивные курсы с форумами и обсуждениями в социальных сетях для участников и обратную связь по результатам тестов и заданий [2].



Рис. 1. Ресурсы материально-технического обеспечения, которые должны использоваться в реализации направления 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)

Массовые открытые онлайн-курсы имеют различную классификацию. В данном исследовании приведена классификация MOOK по модели обучения [3].

Таблица

Классификация MOOK по модели обучения

MOOK			
xMOOK (extended massive open online-courses)	cMOOK (connective massive open online-courses)	Task-based MOOK	bMOOK (blended MOOK)
Классическая модель MOOK. Такую модель чаще всего использует большинство крупных платформ. Курс создаётся экспертом в соответствующей теме, записывается цикл лекций, учащиеся слушают их и выполняют задания, всё это замкнуто на одной платформе.	Модель взаимодействия людей в процессе познания. Люди объединяются на какой-то платформе и совместно ищут информацию в разных источниках и обмениваются ею, помогая друг другу разобраться в теме, а также сами формируют контент из собственных знаний и опыта или, обобщая то, что они собрали по разным источникам.	Курс, основанный на решении задач. Слушатели самостоятельно вырабатывают и ищут решение учебной задачи. Она может быть реальной прикладной или представлять собой адаптированную для новичков. Такое обучение может включать в себя классический курс лекций, как обычный xMOOK, и для него бывает важно взаимодействие учащихся, как в cMOOK.	Смешанная модель – она включает в себе элементы xMOOK и cMOOK. Данная модель считается самой перспективной. Исследование показывает, что в таких курсах процент завершённости в два раза выше, чем в среднем по отрасли.

Далее в ходе исследования были найдены самые популярные иностранные и русскоязычные платформы с массовыми открытыми онлайн-курсами, а также количество курсов на них.

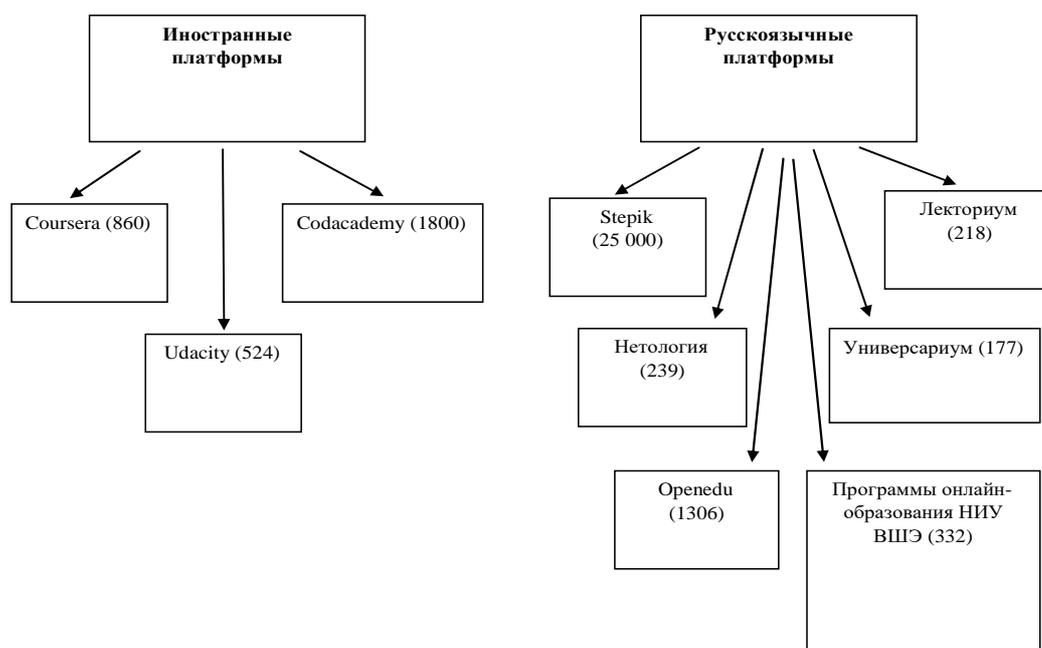


Рис. 2. Популярные сервисы MOOC

Количество курсов на иностранных платформах варьируется от 524 до 1800 курсов, а на русскоязычных от 177 до 25 000.

Исследование также включало анализ количества курсов по различным дисциплинам географического блока, предлагаемых ВВГУ в рамках направления подготовки 44.03.05 "Педагогическое образование" (с двумя профилями подготовки. Биология и география). Данные представлены на диаграмме.

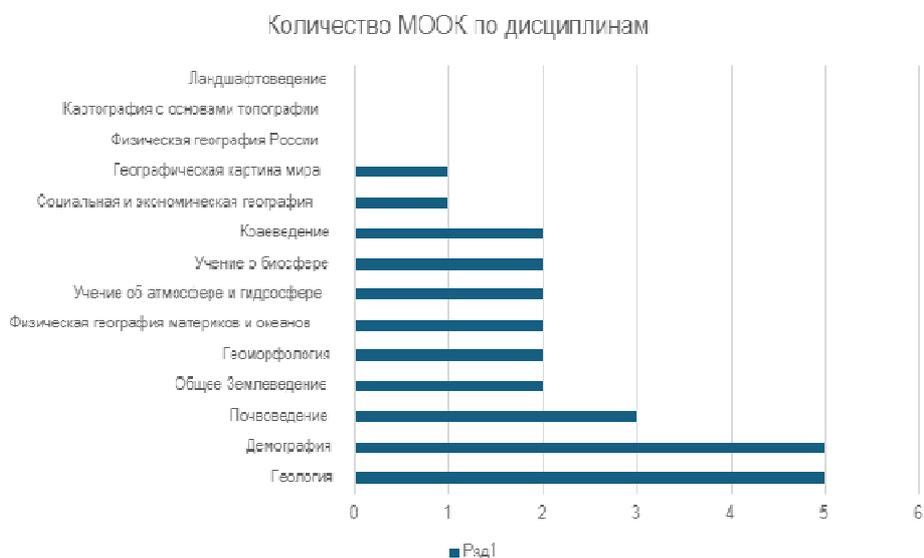


Рис. 3. Количество курсов MOOC для дисциплин из учебного плана по направлению подготовки 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки. Биология и география)

Можно отметить, что большинство MOOC, возможных для применения при реализации образовательной программы "ФГБОУ ВО "ВВГУ" 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки), представлено по таким дисциплинам как География, Демография. Однако по ряду дисциплин, таких как Ландшафтоведение, Картография с основами топографии в открытом доступе MOOC не представлены.

1. Портал Федеральных образовательных стандартов высшего образования. – Текст: электронный // Приказ Министерства образования и науки РФ от 22 февраля 2018 г. № 125 "Об утверждении федерально-

го... Редакция с изменениями N 1456 от 26.11.2020. – URL: https://fgosvo.ru/uploadfiles/FGOS%20VO%203++/Bak/440305_B_3_15062021.pdf

2. Wikipedia – Текст: электронный //: Massive open online course. – URL: https://en.m.wikipedia.org/wiki/Massive_open_online_course

3. Образование 4.0: Скиллбок Медиа – Текст: электронный //: Про MOOK знают, наверное, все. А вот что такое xMOOK и cMOOK, а то и вовсе DOCC и SOOK? – URL: https://vk.com/wall-203985655_3518

УДК 331.54

МАСТЕР-КЛАСС ДЛЯ 8–9 КЛАССОВ ПО НАПРАВЛЕНИЮ 44.03.05 ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ (С ДВУМЯ ПРОФИЛЯМИ ПОДГОТОВКИ) БИОЛОГИЯ И ГЕОГРАФИЯ

П.О. Никитина, бакалавр
А.Ю. Кононов, канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

***Аннотация.** В работе изучены подходы к определению понятия «профориентация», систематизированы ее виды. Рассмотрены особенности профориентационной деятельности в различных классах, систематизированы особенности мастер-класса как инструмента профориентации. Также в работе изучены существующие мастер-классы по биологии, разработать критерии оценки мастер-классов по биологии.*

***Ключевые слова:** профориентация, мастер-класс, биология.*

MASTER CLASS FOR GRADES 8-9 IN THE DIRECTION OF 44.03.05 PEDAGOGICAL EDUCATION (WITH TWO TRAINING PROFILES) BIOLOGY AND GEOGRAPHY

***Abstract.** The paper examines approaches to the definition of the concept of "career guidance", systematizes its types. The features of career guidance activities in various classes are considered, the features of master class as a career guidance tool are systematized. The work also examines the existing master classes in biology, and develops criteria for evaluating master classes in biology.*

***Keywords:** career guidance, master class, biology.*

В современном образовательном контексте все более остро стоит вопрос профориентации. Ученики к 8–9 классу в большинстве случаев не понимают, в какой сфере они хотят развиваться и работать в будущем. Профориентация играет ключевую роль в образовательном процессе, поскольку она определяет рынок труда в будущем. Образовательные программы включают в себя различные виды профориентационной деятельности, однако не все виды таких работ дают желаемый результат. Для достижения целей по профориентации по предмету биология, актуальной может стать концепция мастер-класса, который можно использовать в образовательных организациях для привлечения школьников к биологии, как к предмету, а также университету, в котором можно получить профессию, связанную с этим предметом.

Актуальность работы «Мастер-класс для 8–9 классов по направлению 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки) Биология и география» обосновывается следующим: профориентационная деятельность по предмету биология в современной образовательной среде не эффективна, поэтому большинство школьников не заинтересованы в дальнейшем изучении данной дисциплины.

Исследование вопроса профориентации, а также разработка концепции профориентационного мастер-класса позволяет получить более точное представление о содержании дисциплины и практических аспектах профориентационной деятельности. Систематизация полученных данных может способствовать появлению новых мастер-классов, способных привлечь абитуриентов на профильные кафедры.

Цель работы заключается в разработке концепции мастер-класса для абитуриентов по направлению 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки) Биология и география для учащихся 8–9 классов.

Для выполнения цели исследования необходимо решить следующие задачи:

- изучить подходы к определению понятия «профориентация», систематизировать ее виды;
- рассмотреть особенности профориентационной деятельности в различных классах, определить ее задачи и цели;
- систематизировать особенности мастер-класса как инструмента профориентации;
- изучить существующие мастер-классы по биологии;
- разработать критерии оценки мастер-классов

В контексте систематизации теоретических подходов к определению понятия «профориентация» были изучены труды таких авторов как А.Д. Сазонов, М.А. Болдина, И.С. Кон, Т.В. Драгунова. Объединив все отмеченные определения, можно сделать вывод, что профориентация – это система мероприятий, которая направлена на помощь в выборе будущей профессии, выявление определенных склонностей и способностей к определенному виду деятельности.

Для постепенного погружения в мир профессий, профориентационная работа разделена на этапы, которые учитывают особенности психики школьников в различных классах, а также отражают цели и задачи профориентационной работы для различных возрастов. В этом аспекте можно выделить классификацию О.С. Даниловой, которая легла в основу данного исследования и в которой систематизированы данные о целях и задачах профориентационной работы с 5 по 11 класс [5].

Таблица

Педагогические задачи мастер-классов

Класс	Педагогические задачи
1-4	Развитие потребности в учебном и общественно полезном труде. Первоначальное ознакомление с миром профессий, знакомство с наиболее доступными из них. Вооружение доступными элементами труда по разным профессиям. Формирование склонностей, способностей и интереса к профессиональной деятельности.
5-7	Целенаправленное знакомство с профессиями, ознакомление с потребностями региона в кадрах. Выявление и развитие профессиональных интересов. Формирование общественно значимых мотивов выбора профессии. Актуализация проблемы самопознания и самовоспитания. Вооружение трудовыми умениями в определенных видах профессионального труда
8-9	Ознакомление с основами правильного выбора профессии. Развитие качеств, необходимых для овладения избранной профессией и адекватной самооценки профессионально важных качеств. Продолжение изучения личности ученика с целью корректировки профессиональных намерений и путей продолжения образования. Создание условий для активной пробы сил в различных видах трудовой деятельности, максимально приближенной к профессиональной.
10-11	Формирование знаний и умений по определенной профессии. Корректировка программы самоподготовки к избранной профессии. Вооружение перспективой трудоустройства, профессионального роста и способами адаптации к социально-производственным условиям труда по избранной профессии.

Профориентационная работа проводится в различных вариациях, например, делится на виды по степени вовлеченности учащихся (активные, пассивные, интерактивные).



Рис. 1. Виды мастер-классов

Следует отметить, что интерактивные формы, по мнению автора, наиболее эффективные в современной образовательной среде, так как они влекут за собой более углубленное погружение школьников в мир профессий, так как они подразумевают под собой практическую работу школьников в определенной профессиональной сфере, следовательно, школьники после данных мероприятий имеют более подробное понятие о профессии, а также сразу отмечают для себя, нравится ли им данный вид деятельности или нет. К интерактивным формам можно отнести профессиональные пробы, мастер-классы [6].

В ходе данного исследования акцент был сделан на 8-9 классы, учащиеся которых уже прошли часть профориентационного пути, однако все еще открыты к корректировке профессиональных намерений и путей продолжения образования, особенно в контексте создания условий для активной пробы сил в различных видах трудовой деятельности. Именно поэтому для разработки концепции профориентационной работы был использован такой вид профориентационной работы, как мастер-класс.

При этом в ходе исследования бы ли структурирована имеющаяся в открытом доступе информация о реализуемых образовательными учреждениями мастер-классами по биологии.

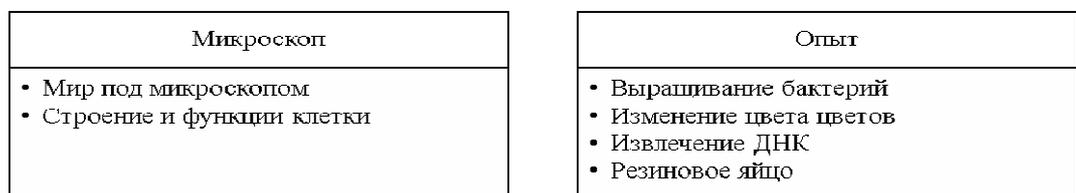


Рис. 2. Классификация реализуемых мастер-классов по биологии

Как видно из представленного рисунка, основные мастер-классы по биологии можно классифицировать по двум группам – работу с микроскопами и проведение опытов. При этом значительная часть проанализированных мастер-классов требует для своей реализации наличие специального оборудования, химических реактивов. В результате в ходе исследования были выявлены критерии для оценки доступности и эффективности разрабатываемого мастер-класса по биологии.



Рис. 3. Критерии оценки мастер-классов по биологии

Как видно из представленного рисунка, такого рода критериями, помимо профильности и наглядности, должны стать транспортабельность, отсутствие необходимости длительной настройки и/или вводной части, возможность поработать своими руками.

1. Драгунова Т. В. О некоторых психологических особенностях подростка // Вопросы психологии личности школьника / под ред. Л.И. Божович, Л.В. Благоннадежиной. – Москва: Издательство академии педагогических наук РСФСР, 1961. – С. 120–169. – URL: <https://psychlib.ru/inc/absid.php?absid=63548>.

2. Кон И.С. В поисках себя: личность и ее самосознание. – Москва: Политиздат, 1984 – URL: http://www.bim-bad.ru/docs/kon_personality_selfconscience.pdf

3. Сазонов, В.А. Растить будущих хлеборобов: Из опыта работы. – Алма-Ата: Мектеп, 1986. – 56 с. – URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01001319834>

4. Данилова О.С. От постановки целей, задач и выбора формы профессиональной ориентации обучающихся до профессионального определения. – URL: <https://proforientir42.ru/wp-content/uploads/2017/07/Ot-postanovki-tselej-zadach-i-vybora-formy-professionalnoj-orientatsii-obuchayushhihsya-do-professionalnogo-opredeleniya-Danilova-O.S..pdf>

5. Рылова Н.Т. Современные формы профориентации обучающихся. – URL: <https://proforientir42.ru/wp-content/uploads/2017/07/sovremennye-formy-proforientatsii-obuchayushhihsya-Rylova-N.-T.pdf>

Секция. ЭКОЛОГИЯ И ОХРАНА ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ (ЭКОЛОГИ)

УДК 504.054

ОЦЕНКА ВОЗДЕЙСТВИЯ НА АТМОСФЕРНЫЙ ВОЗДУХ ОТ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ПРИМОРСКИЙ ТАРНЫЙ КОМБИНАТ»

В.А. Анипко, бакалавр
И.Ю. Гриванов, преподаватель

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

***Аннотация.** Любое предприятие и промышленные объекты в той или иной мере негативно воздействуют на окружающую среду. Производственные процессы приводят к тому, что в атмосферный воздух выбрасываются загрязняющие вещества, которые могут сказываться на экологической обстановке и здоровье людей. Поэтому для каждого предприятия необходимо устанавливать нормативы предельно допустимых выбросов.*

***Ключевые слова:** атмосферный воздух, нормативы, предельно допустимые выбросы, источники загрязнения, классы опасности, приземные концентрации.*

ASSESSMENT OF THE IMPACT ON ATMOSPHERIC AIR FROM THE ACTIVITIES OF PRIMORSKY PACKAGING PLANT LLC

***Abstract.** Any enterprise and industrial facilities, to varying degrees, have a negative impact on the environment. Production processes result in the release of pollutants into the atmosphere, which can affect the ecological situation and human health. Therefore, it is necessary for every enterprise to establish standards for maximum allowable emissions.*

***Keywords:** atmospheric air, standards, maximum permissible emissions, pollution sources, hazard classes, surface concentrations.*

Производственная площадка исследуемого предприятия размещена на четырёх смежных земельных участках по адресу: г. Спасск-Дальний, ул. Краснознамённая, 50, корпус №8/1.

Основной вид деятельности ООО «Приморский тарный комбинат» согласно Уставу предприятия – производство жестяной тары и металлической упаковки.

Актуальность данной работы заключается в установлении предельно – допустимых норм воздействия на окружающую природную среду, гарантирующих экологическую безопасность населения и сохранение генетического фонда.

Практическая значимость: для поддержания благоприятной экологической обстановки, следствием чего является сохранение биоразнообразия и здоровья человека [1].

Научная новизна работы заключается в выявлении несовершенного подхода к процедурам установления нормативов выбросов загрязняющих веществ для производственных предприятий.

Целью работы является определение уровня загрязнения атмосферы вредными веществами, содержащимися в выбросах, осуществляемых с территории исследуемого предприятия.

Промышленная площадка граничит с жилыми застройками по направлению северо-востока, востока, юго-востока, юго-запада и запада.

Ближайшие социально-значимые объекты находятся на расстоянии 45 метров от границы предприятия (ул. Краснознамённая, 31).

Всего по материалам обследования на территории площадки предприятия зарегистрировано 11 источников выброса. Из них организованных – 5, неорганизованных – 6. Суммарный объём выбросов предприятия составляет 67,2 т/год.

К организованным источникам загрязнения атмосферного воздуха относятся источники, которые имеют специальное устройство для осуществления направленного выброса загрязняющих веществ, например – трубы, системы вентиляции, газоходы, воздухопроводы, факельные устройства. А неорганизованные источники характеризуются выбросами в виде ненаправленных потоков [2].

Нумерация начинается с № 0001 в возрастающей последовательности. Всем организованным источникам выбросов присваивают номера от 0001 до 5999, всем неорганизованным источникам – с 6001.

Производственное здание разделено на 2 цеха:

1) Цех №1 по производству банки-крышки.

Цех включает в себя:

- концевой участок
- участок сборной банки.

Источник выброса №6001 – неорганизованный. При сварке шва банки выделяется сварочный аэрозоль, имеющий состав свариваемых материалов – железа оксид, марганец и его соединения и меди оксид. Отсосов от оборудования не предусмотрено. Выброс загрязняющих веществ в атмосферу осуществляется неорганизованно через дверные проёмы и ворота цеха по производству жестяной банки. Для производства сварочных работ предусмотрена газорегуляторная установка. Утечки газа отсутствуют.

После сварки корпуса жестяных банок подаются на лакировку внутреннего продольного и лакировку наружного шва банки. Данный участок линии закрыт, выброс загрязняющих веществ отсутствует. При нанесении лака и растворителя выделяется ацетон, ксилол, этилцеллозольв, толуол, спирт этиловый. Местных отсосов от мест нанесения лака не предусмотрено. Траектория движения конвейерной ленты такова, что выделяемые вредности удаляются с окрашенных поверхностей банок местной вытяжной системой вентиляции сушильных установок.

Также цех №1 включает в себя сушильную камеру туннельного типа общей длиной 8 м. В процессе сушки выделяются ацетон, ксилол, этилцеллозольв, толуол, спирт этиловый.

Источник выброса №0002 – совокупность точечных источников. Для удаления загрязняющих веществ от сушильной камеры и участка лакировки внутренней поверхности сварного шва предусмотрен вентиляционный зон над каждой линией производства банки. Таким образом, цех №1 оборудован тремя вытяжными вентиляциями с выходом на высоте 9 м.

2) Цех №2 – линия по лакировке жести.

При сушке лака в первой зоне печи происходит интенсивное испарение летучих веществ лака, которые частично дожигаются на горелках сушильной печи. После первой зоны листы жести подаются во вторую зону, где происходит досушивание листов при температуре 190 °С. Далее листы транспортируются в зону охлаждения.

При нанесении лакокрасочных материалов и сушке лакированной жести выделяются ксилол, этилцеллозольв, толуол, спирт этиловый.

Линия закрыта, оборудована вытяжной вентиляцией от трёх участков линии:

- вытяжная вентиляция переднего отработанного воздуха с выходом на высоте 12 м (источник 0003 – организованный);
- вытяжная вентиляция сушильной камеры и зоны охлаждения, с выходом на высоте 12 м (источник 0004 – организованный);

Источник выброса №6005 – неорганизованный. В помещении цеха расположен металлообрабатывающий участок. Помещение не оборудовано вентиляцией. При работе станков в атмосферу неорганизованно через дверные проёмы и ворота цеха по производству жестяной банки выделяется пыль абразивная и оксид железа.

Источник выброса №0006 – организованный. Заточной станок оборудован местным отсосом производительностью 2300 м³/час. Выходное отверстие отсоса с диаметром 0,4*0,25 м расположено на высоте 9 м. При работе станка в атмосферу выделяется пыль абразивная и оксид железа.

Источник 6007 – неорганизованный. В процессе работы погрузчиков на территории в атмосферу поступают загрязняющие вещества: азота диоксид, азота оксид, керосин, оксиды серы (в пересчёте на SO₂), оксид углерода, сажа.

Для отопления объектов, расположенных на территории предприятия, предусмотрена котельная на твёрдом топливе. Годовой расход угля составляет 500 тонн.). Котельная не оборудована системой ПГО.

При слоевом сжигании угля в котельной образуются дымовые газы, содержащие азота диоксид, азота оксид, сажу, серы диоксид, оксид углерода, бенз(а)пирен, пыль неорганическую 70–20 % SiO₂ [4]. Выброс загрязняющих веществ от котлов в атмосферу осуществляется через дымовую трубу высотой 22 м (источник 0009 – организованный).

При пересыпке угля на склад и при хранении угля, в атмосферу неорганизованно выделяется пыль неорганическая до 20 % SiO₂ (источник выброса 6010 – неорганизованный).

Золошлаки, образующиеся в процессе сжигания угля в котле, удаляются из топки вручную. При ссыпании золошлаков в контейнер и при их хранении в атмосферу неорганизованно выделяется пыль неорганическая 70–20% SiO₂, источник выброса 6011 – неорганизованный [5].

В таблице 1 представлен вклад каждого источника в загрязнение атмосферы.

Таблица 1

Распределение выбросов ЗВ от источников

Источники	Выбросы загрязняющих веществ	
	т/год	%
Источник № 0002 вентиляционная труба участка сборной банки	1,608864	2,38
Источник № 6001 участок сборной банки, сварка шва банки	1,558552	2,31
Источник № 0003 вентиляционная труба линии по лакировке жести	8,554282	12,67
Источник № 0004 вентиляционная труба линии по лакировке жести	34,217128	50,69
Источник № 0006 местный отсос от заточного станка	0,01215	0,02
Источник № 6005 участок металлообработки	0,04419	0,07
Источник № 6007 работа погрузчика	0,536705	0,8
Источник № 6008 рейсирование автотранспорта	0,002092	0,003
Источник № 0009 дымовая труба котельной	20,964762	31,06
Источник № 6010 склад угля	0,000304	0,0005
Источник № 6011 контейнер для золы	0,000500	0,0007

Как видно из таблицы, наибольший объём загрязняющих веществ в атмосферный воздух выбрасывают 3 источника:

1) источник № 0004 – вентиляционная труба линии по лакировке жести. Доля его выбросов составляет 34,217 т/год – 50,69%;

2) источник № 0009 – дымовая труба котельная. На этот источник приходится 20,965 т/год выбросов – 31,06%;

3) источник № 0003 – вентиляционная труба линии по лакировке жести. Данный источник выбрасывает 8,554 т/год – 12,67%.

В таблице 2 представлен вклад каждого вещества в выбросы предприятия.

Таблица 2

Перечень загрязняющих веществ, выбрасываемых в атмосферу

Загрязняющее вещество	Используемый критерий	Значение критерия мг/м ³	Класс опасности	Суммарный выброс вещества		Агрегатное состояние	%	Нарастание %	
				г/с	т/год				
код 1119	наименование 2-Этоксизтанол	ОБУВ	0,70000		0,9505746	19,114043	жид./газ.	28,44	28,44
0616	Диметилбензол (Ксилол)	ПДК м/р	0,20000	3	0,7954321	14,111011	жид./газ.	21,00	49,44
0337	Углерод оксид	ПДК м/р	5,00000	4	2,2530269	12,509301	жид./газ.	18,61	68,05
0621	Метилбензол (Толуол)	ПДК м/р	0,60000	3	0,3026038	10,406983	жид./газ.	15,49	83,54
0328	Углерод (Сажа)	ПДК м/р	0,15000	3	0,7035021	3,855992	Твёрдые	5,74	89,27
0330	Сера диоксид	ПДК м/р	0,50000	3	0,4952212	2,729787	жид./газ.	4,06	93,33

Суммарный объём выбросов шести веществ, приведённых в таблице 1, составляет 93,33%. А на оставшиеся 13 веществ приходится лишь небольшая часть – 6,67%. Более 28% выбросов при-

ходится на вещество 2-Этоксиэтанол, выбросы которого не нормируются, в соответствии с этим у вещества нет класса опасности.

По агрегатному состоянию выбрасываемые вещества подразделяются на твёрдые, жидкие/газообразные. Данное предприятие выбрасывает 8 твёрдых и 11 жидких/газообразных веществ. Причём выбросы твёрдых веществ занимают всего 10,6%, и почти 90% занимают жидкие/газообразные вещества.

В выбросах рассматриваемого предприятия присутствуют вещества всех классов опасности. Однако основная доля выбросов приходится на 3 класс опасности, в который входят 9 веществ – 49,98%. На 4 класс приходится – 19,73% (4 вещества); на 2 класс – 1,74% (2 вещества) и на 1 класс опасности приходится менее 1% (1 вещество). А также 28,55% выбросов приходится на ОБУВ.

Категория предприятия была рассчитана в соответствии с документом «Методическое пособие по расчету, нормированию и контролю выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух (Дополненное и переработанное), АО НИИ Атмосфера», СПб., 2012 [6]. В ходе расчётов было выяснено, что предприятие ООО «Приморский тарный комбинат, относится к 3 категории, так как одновременно выполняются условия: $G_{пр} > 0.1$ и $G_{пр} < = 1$.

$$G_{пр} = \text{MAX} (G_i) = 0.8765226$$

$$K = \text{СУММА} (K_i) = 742.0221663$$

Это означает, что предприятие оказывает незначительное негативное воздействие на окружающую среду.

Для проверки соблюдения гигиенических нормативов необходимо проанализировать величины приземных концентраций загрязняющих веществ на территории предприятия. Такая оценка делается расчетным путем на основании расчетной схемы нормативной методики МРРВ, с помощью унифицированной программы – УПРЗА «ЭКОЛОГ», версия 4.60, согласованной в установленном порядке [7].

Источниками воздействия на среду обитания и здоровье человека являются объекты, для которых уровни создаваемого загрязнения за пределами промышленной площадки превышают 0,1 ПДК и/или ПДУ [8].

Для исследуемого предприятия было взято 6 расчётных точек на границе жилой зоны. Максимальные концентрации загрязняющих веществ в приземном слое атмосферы на расчётных точках и расчётных площадках приведены в табл. 3.

Таблица 3

Максимальные концентрации загрязняющих веществ

Код	Наименование	ПДК/ОБУВ, мг/ м ³	Максимальная концентрация			
			доли ПДК	мг/ м ³	Расчётная площадка на границе СЗЗ, доли ПДК	Жилая зона, доли ПДК
0143	Марганец и его соединения (в пересчете на марганец (IV) оксид)	0,01	0,47	0,005	0,47	0,25
0301	Азота диоксид	0,2	0,6	0,12	0,6	0,53
0304	Азот (II) оксид	0,4	8,75E-03	0,004	8,75E-03	3,46E-03
0328	Углерод (Сажа)	0,15	0,08	0,012	0,08	0,07
0330	Сера диоксид	0,5	0,06	0,028	0,06	0,05
0337	Углерод оксид	5	9,06E-03	0,045	9,06E-03	7,02E-03
0616	Диметилбензол (Ксилол)	0,2	0,69	0,138	0,69	0,69
0621	Метилбензол (Толуол)	0,6	0,17	0,103	0,17	0,14

Код	Наименование	ПДК/ОБУВ, мг/ м ³	Максимальная концентрация			
			доли ПДК	мг/ м ³	Расчётная площадь на границе СЗЗ, доли ПДК	Жилая зона, доли ПДК
1061	Этанол (Спирт этиловый)	5	1,97E-03	0,01	1,97E-03	1,92E-03
1119	2-Этоксизтанол	0,7	0,34	0,239	0,33	0,34
1401	Пропан-2-он (Ацетон)	0,35	0,09	0,032	0,09	0,08
2704	Бензин (нефтяной, малосернистый)	5	4,77E-05	0,0002	3,20E-05	4,77E-05
2732	Керосин	1,2	7,79E-03	0,009	7,79E-03	3,07E-03
2908	Пыль неорганическая: 70–20 % SiO ₂	0,3	0,02	0,006	0,02	0,02
2909	Пыль неорганическая: до 20 % SiO ₂	0,5	6,13E-04	0,002	3,69E-03	6,13E-04
2930	Пыль абразивная	0,04	0,55	0,022	0,55	0,22

По результатам проведённого анализа расчётов рассеивания загрязняющих веществ в приземном слое атмосферы на существующее положение установлено, что максимальные приземные концентрации на предприятии ни по одному из загрязняющих веществ, выделяемых источниками выброса рассматриваемого объекта в тёплое время года, на границе ориентировочной СЗЗ, на границе промплощадки и на границе ближайших нормируемых объектов с учётом фона не превысили действующих критериев качества атмосферного воздуха (1.0 ПДК). Следовательно, норматив ПДВ достигнут.

В результате, можно сделать следующие выводы:

1. На предприятии ООО «Приморский тарный комбинат» зарегистрировано 11 источников выбросов ЗВ: 6 неорганизованных и 5 организованных

2. Основной вклад в общее количество выбросов вносит источник № 0004 – вентиляционная труба линии по лакировке жести

3. Все источники выбрасывают 19 загрязняющих веществ в количестве 67,2 т/год, из которых 8 твердых в количестве 10,6 % и 11 жидких/газообразных – 89,4 %

4. В выбросах ООО «Приморский тарный комбинат» содержатся вещества всех классов опасности, включая ОБУВ. Однако основная доля выбросов приходится на 3 класс опасности, в который входят 9 веществ – 49,98 %. На 4 класс приходится – 19,73 % (4 вещества); на 2 класс – 1,74 % (2 вещества) и на 1 класс опасности приходится менее 1 % (1 вещество). А также 28,55 % выбросов приходится на ОБУВ.

5. ООО «Приморский тарный комбинат» относится к 3 категории негативного воздействия на окружающую среду (НВОС), т.е. предприятие, оказывающее незначительное негативное воздействие на окружающую среду

6. Расчётные приземные концентрации по всем веществам, как на самих источниках, так и на границе промзоны и жилой застройки не превышают соответствующих нормативов ПДК. На основании этого, выбросы загрязняющих веществ, выделяемые источниками предприятия, предлагается принять в качестве нормативов ПДВ в объёмах, определенных в данной работе.

1. Об охране окружающей среды: Федеральный закон от 10.01.2002 № 7-ФЗ (последняя редакция) – Текст: электронный. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34823/

2. ГОСТ Р 58579-2019 Национальный стандарт Российской Федерации «Учёт промышленных выбросов в атмосферу. Термины и определения» – Текст: электронный. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200168571>

3. Об утверждении «Порядка проведения инвентаризации стационарных источников и выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух, корректировки ее данных, документирования и хранения данных, полученных в результате проведения таких инвентаризации и корректировки». Приказ Министерства

природных ресурсов и экологии РФ от 19 ноября 2021 г. № 871. – Текст: электронный. – URL: <https://base.garant.ru/403137989/>

4. Методика определения выбросов загрязняющих веществ в атмосферу при сжигании топлива в котлах – Текст: электронный. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200031340>

5 Методические указания по определению выбросов загрязняющих веществ в атмосферу из резервуаров – Текст: электронный. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200003683>

6 Методическое пособие по расчету, нормированию и контролю выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух (дополненное и переработанное), АО «НИИ Атмосфера», Санкт-Петербург, 2012 г – Текст: электронный. – URL: <https://www.kubaneco.ru/upload/Docs/Metodicheskoe%20posobie%20po%20raschetu%20normirovaniyu.doc>

7 Унифицированная программа расчёта загрязнения атмосферы – Текст: электронный. – URL: <https://integral.ru/shop/2/1333/>

8 Перечень методик и технические средства измерения концентраций загрязняющих веществ в промышленных выбросах, АО «НИИ Атмосфера», – Текст: электронный. – URL: <https://www.nii-atmosphere.ru/perechen-metodik-i-tehnicheskie-sredstva-izmereniya-kontsentratsiy-zagryaznyayushhih-veshchestv-v-promyishlennyih-vyibrosah.html>

УДК 632.15

ИНВЕНТАРИЗАЦИЯ ИСТОЧНИКОВ ВЫБРОСОВ ЗАГРЯЗНЯЮЩИХ ВЕЩЕСТВ ДЛЯ «АВТО ДЕРО» И.П. МАЦКО М.А., г. НАХОДКА

Р.С. Демиденко, магистрант
В.Н. Макарова, канд. техн. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

***Аннотация.** Выбросы предприятий часто оказывают значительное влияние на качество воздуха. Даже небольшое количество загрязняющих веществ в воздухе может вызвать изменения и дисбаланс в составе атмосферной среды, являющейся важной средой обитания человека.*

***Ключевые слова:** автомойка, выбросы загрязняющих веществ, классификация автомоек, воздействие на окружающую среду.*

THE INFLUENCE OF SISTER CITY TIES IN THE DEVELOPMENT OF RUSSIAN-CHINESE RELATIONS

***Abstract.** Emissions from enterprises often have a significant impact on air quality. Even a small amount of pollutants in the air can cause changes and imbalances in the composition of the atmospheric environment, which is an important human habitat.*

***Keywords:** car wash, emissions of pollutants, classification of car washes, environmental impact. .*

Цель работы:

– инвентаризация источников выбросов загрязняющих веществ от предприятия.

Задачи работы:

– оценить выбросы загрязняющих веществ по количеству, агрегатному состоянию и классам опасности.

– провести инвентаризацию источников выбросов загрязняющих веществ; – изучить климатические особенности города Находка.

Объектом исследования является *выбросы от предприятия.*

Предметом исследования является инвентаризация источников выбросов загрязняющих веществ от предприятия

Методы исследования: построение графиков, анализ информации, классификация, построение карт.

Полученные результаты:

– рассмотрены климатические особенности города Находка;

– проведена инвентаризация источников выбросов загрязняющих веществ;

– оценены выбросы загрязняющих веществ по количеству, агрегатному состоянию и классам опасности.

Выводы:

- выбросы от предприятия «Avto Depo» не превышают допустимые нормы;
- автомойка относится к четвертому классу опасности;
- всего от предприятия выбрасывается 14 веществ, из которых 1 вещество твердое, а остальные 13 являются жидкими/газообразными.

Город Находка Приморского края расположен на западном берегу бухты Находка. Местность вокруг гористая, много полей, пересекающих реки, ручьи и долины. Высота сопков составляет 50–300 метров. Большая часть склонов покрыта лиственными деревьями и кустарниками. Долины покрыты лугами со скоплениями кустарников. [1].

Зимой регион находится под влиянием холодных и сухих воздушных масс, которые формируются на континенте над Сибирью. Зимние муссоны приносят холодную, солнечную и маловетреную погоду. Летние муссоны приносят влажные, холодные воздушные массы и большое количество осадков с Тихого океана. Мощные тропические циклоны (тайфуны и часто обычные циклоны), проходящие с юго-запада, вызывают обильные осадки, особенно в июле и августе. Сведения о температурном режиме г. Находки представлены в таблице.

Таблица

Средняя месячная и годовая температура воздуха

Месяц	Температура (°C)	Месяц	Температура (°C)
Январь	-10.0	Июль	18.7
Февраль	-6.8	Август	20.7
Март	-0.8	Сентябрь	16.9
Апрель	5.6	Октябрь	9.0
Май	10.4	Ноябрь	0.2
Июнь	14.3	Декабрь	-7.4
Годовая температура воздуха (°C)			5.8

Составлено по данным ГУ «Приморского УГМС»

Средняя годовая температура воздуха в городе Находка составляет 5,8°C. Наиболее холодным месяцем в году является январь со средней температурой воздуха – 10°C, а в августе температура воздуха повышается в среднем до 20,7°C. Средняя минимальная температура воздуха самого холодного месяца составляет – 13,9°C, а средняя максимальная температура воздуха самого жаркого месяца составляет 24,8°C.

Направление ветра определяется, в основном, муссонной циркуляцией, выраженный преобладании в холодное полугодие переноса воздушных масс с азиатского материка в сторону океана, а в летнее время, наоборот, с моря на сушу. В холодный период года преобладают ветры северного, северо-западного и северо-восточного направления с повторяемостью 68 % и средней скоростью 3,5–5,0 м/с [2].

Инвентаризация выбросов – это сбор информации о выбросах загрязняющих веществ на предприятии, проверка их источников и других объектов, выбрасывающих вредные вещества. При проведении инвентаризации инженер-эколог учитывает количество таких веществ и другие параметры выбросов. В рамках инвентаризации выбросов инженеры-экологи собирают данные о выбросах и их составе с помощью специальных измерительных приборов и методик расчета выбросов [3].

Кадастры выбросов, учитывающие все возможные источники выбросов, точно рассчитанные и правильно проведенные, оформляются в виде отчета и хранятся на предприятии. Кроме того, кадастры выбросов являются важным инструментом для планирования и принятия мер по сокращению выбросов в атмосферу. Они помогают выявить основные источники загрязнения в конкретном районе и определить, какие меры необходимо принять для улучшения качества воздуха [4].

Предприятие «Avto Dero» предоставляет услуги автомойки, специализирующейся на самостоятельной мойке автомобилей. Местоположение бизнеса определено относительно определенного ориентира (жилой дом). Участок находится примерно в двадцати двух метрах по направлению на северо-восток от данного ориентира, адрес: Приморский край, г. Находка, ул. Пирогова, 16.

В ходе проведения инвентаризации автомойки самообслуживания «Avto Dero» было выявлено 12 источников выбросов загрязняющих веществ, а также выбрасывающих в атмосферный воздух 14 загрязняющих веществ:

- три вещества второго класса опасности (Дигидросульфид; Бензол; Гидроксibenзол (Фенол));
- шесть веществ третьего класса опасности (азота диоксид (азот (IV) оксид); азот (II) оксид (азота оксид); углерод (сажа); сера диоксид (ангидрид сернистый); Диметилбензол (Ксилол) (смесь изомеров о-, м-, п-); Метилбензол (Толуол));
- четыре вещества четвертого класса опасности (углерод оксид; Пентилены (Амилены – смесь изомеров); Бензин (нефтяной, малосернистый) (в пересчете на углерод); Углеводороды предельные C12-C19);
- одно вещество, для которых установлен ОБУВ (керосин).

Распределение выбросов загрязняющих веществ по второму классу опасности представлены на рис. 1.

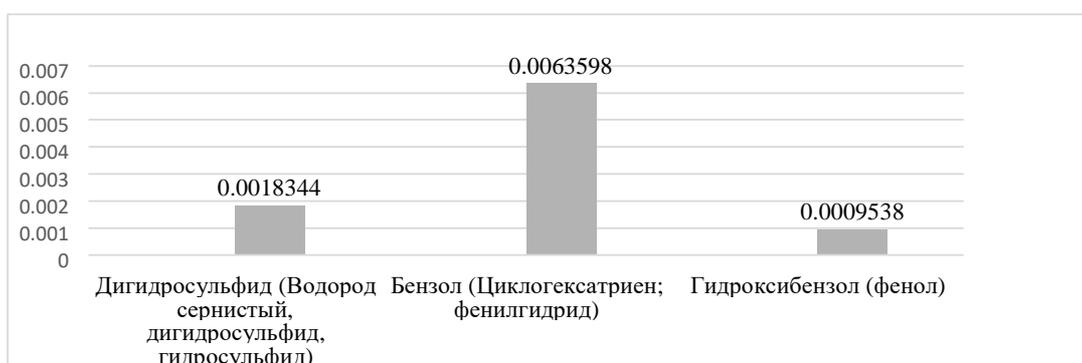


Рис. 1. Распределение выбросов загрязняющих веществ второго класса опасности, т/год

На данном рисунке видно, что ко второму классу опасности относятся три вещества, наибольшее воздействие из которых имеет Бензол (Циклогексатриен; фенилгидрид) – 0,0063598 т/год. А такие вещества как Дигидросульфид (Водород сернистый, дигидросульфид, гидросульфид) и Гидроксibenзол (фенол) имеют не такое значительно воздействие, которое составляет 0,0018344 т/год и 0,0009538 т/год соответственно.

К третьему классу опасности относятся шесть загрязняющих веществ: Азота диоксид (Двуокись азота; пероксид азота), Азот (II) оксид (Азот монооксид), Углерод (Пигмент черный), Сера диоксид, Диметилбензол (смесь орто-, мета-, пара- изомеров) (Метилтолуол), Метилбензол (Фенилметан), которые представлены на рис. 2.

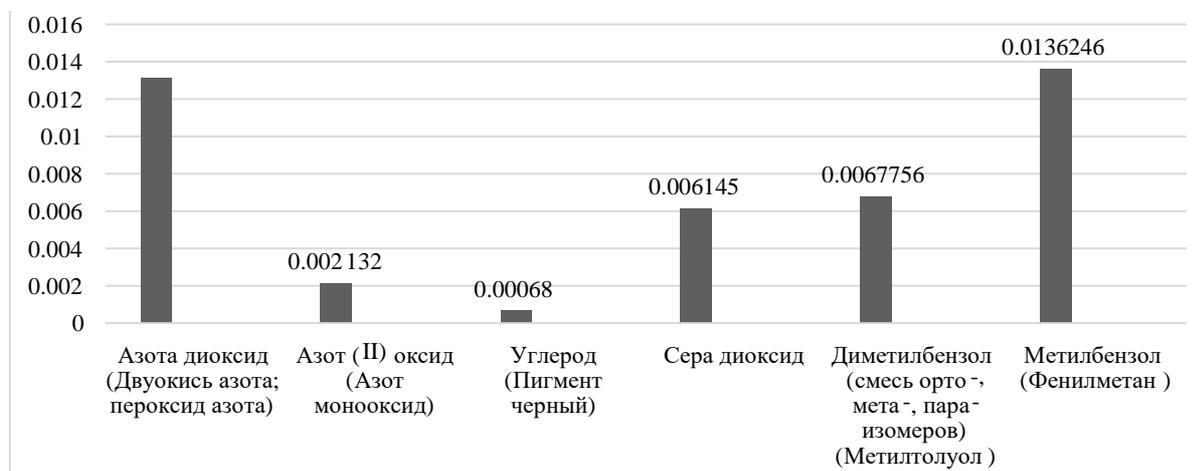


Рис. 2. Распределение выбросов загрязняющих веществ третьего класса опасности, т/год

На данном рисунке видно, что наибольшее воздействие имеет Метилбензол (Фенилметан) – 0,0136246 т/год и Азота диоксид (Двуокись азота; пероксид азота) – 0,013131 т/год, а наименьшее воздействие имеет такое вещество, как Углерод (Пигмент черный) воздействие составляет 0,00068 т/год.

К четвертому классу опасности относятся четыре загрязняющих вещества: Углерода оксид (Углерод окись; углерод моноокись; угарный газ), Пентилены (амилены – смесь изомеров), Бензин (нефтяной, малосернистый) (в пересчете на углерод) и Алканы C12-19, которые представлены на рис. 3.

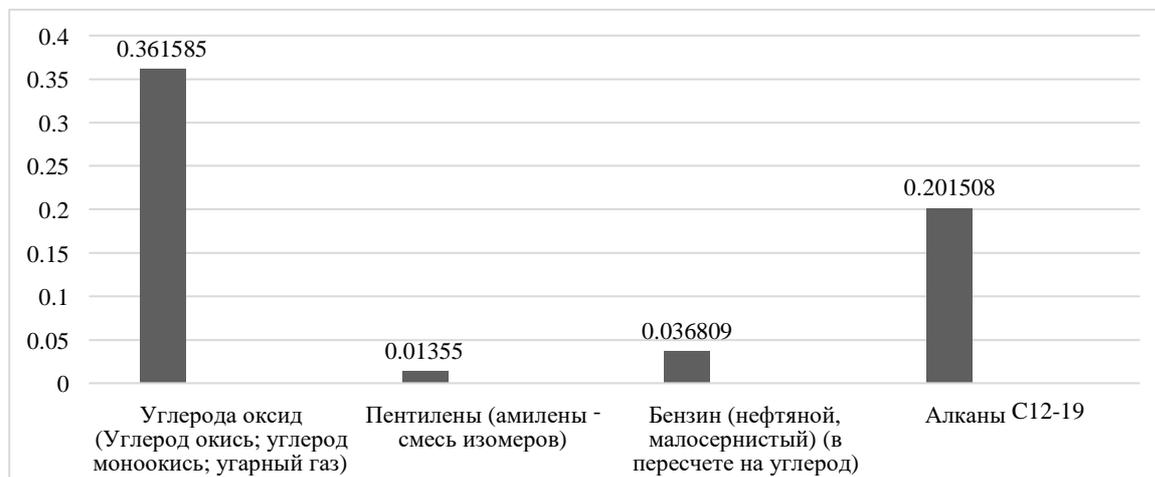


Рис. 3. Распределение выбросов загрязняющих веществ четвертого класса опасности, т/год

На данном рисунке видно, что наибольшее воздействие имеет Углерода оксид (Углерод окись; углерод моноокись; угарный газ), его воздействие составляет 0,361585 т/год, тем временем, как наименьшее воздействие оказывает такое вещество, как Пентилены (амилены – смесь изомеров) – 0,01355 т/год.

В выбросах предприятия присутствуют вещества второго, третьего и четвертого класса опасности, а также одно вещество, для которого установлен ОБУВ – Керосин (Керосин прямой перегонки; керосин дезодорированный), его выброс загрязняющих веществ составляет 0,007512 т/год. Распределение выбросов загрязняющих веществ по классам опасности показано на рис. 4.

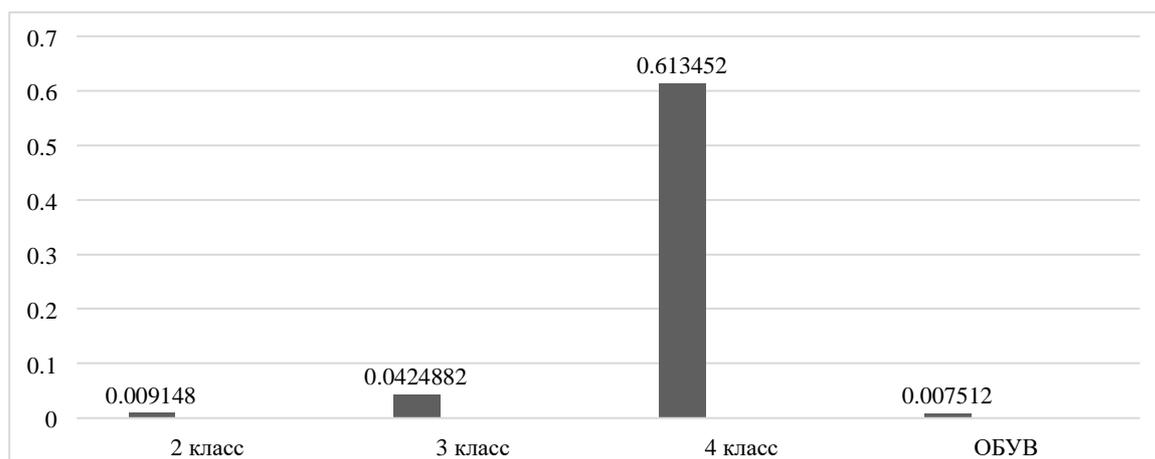


Рис. 4. Распределение выбросов загрязняющих веществ по классам опасности, т/год

На данном рисунке видно, что наибольшее воздействие имеют вещества четвертого класса опасности, из которых наибольшее воздействие имеет такое вещество, как Углерода оксид (Углерод окись; углерод моноокись; угарный газ), его воздействие составляет 0,361585 т/год, а наименьшее воздействие имеет вещество, для которого установлен ОБУВ – Керосин (Керосин прямой перегонки; керосин дезодорированный), его выброс загрязняющих веществ составляет 0,007512 т/год.

Всего в атмосферу поступает четырнадцать загрязняющих веществ от предприятия, из которых одно вещество является твердым, а остальные тринадцать являются жидкими/газообразными. Валовый выброс составляет 0,672600200 т/год. Распределение выбросов показано на рис. 5.

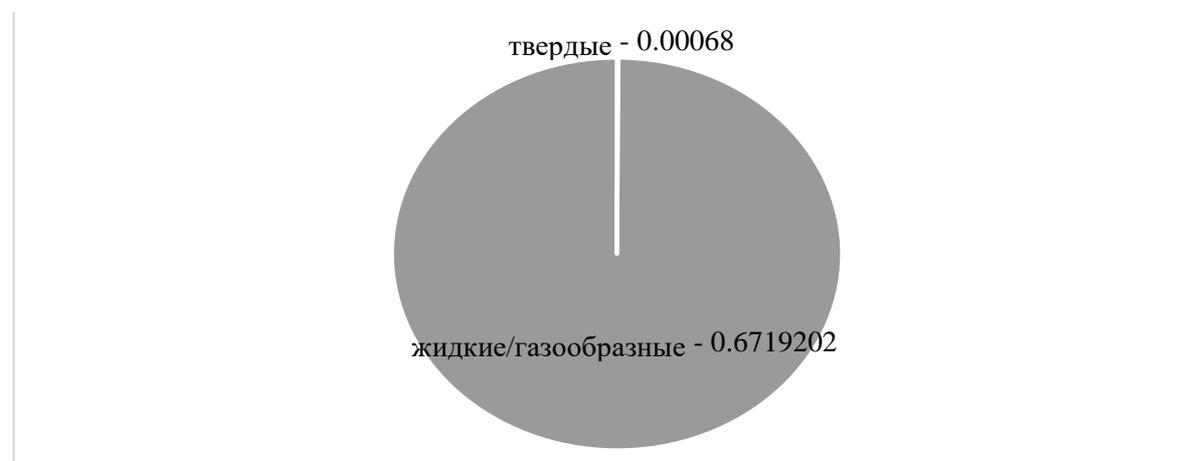


Рис. 5. Распределение выбросов загрязняющих веществ по агрегатному состоянию, т/год

Из рисунка видно, что основная часть выбросов приходится на жидкие/газообразные вещества – 0,6719202 т/год, что составляет примерно 99,9%, а на твердые вещества – 0,00068 т/год, что составляет примерно 0,1%.

1. Большая российская энциклопедия. – Текст: электронный. – URL: <https://old.bigenc.ru/geography/text/2252658> (дата обращения: 19.01.2024);

2. Флора и фауна Приморский край [сайт]. – URL: <https://www.nbcrs.org/regions/primorskiy-kray/flora> (дата обращения: 02.01.2024);

3. Инвентаризация источников и выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух. – Текст: электронный. – URL: <https://eco-c.ru/ecology/промэкология/природопользователям-инвентаризация-источников-выбросов/> (дата обращения: 18.04.2024);

4. Инвентаризация источников выбросов загрязняющих веществ. – Текст: электронный. – URL: <https://journal.ecostandard.ru/eco/praktikum/inventarizatsiya-istochnikov-vybrosov-zagryaznyayushchikh-veshchestv/> (дата обращения: 12.03.2024).

УДК 504.054

ВЫЯВЛЕНИЕ ГОРИМОСТИ ТЕРРИТОРИИ ПРИМОРСКОГО КРАЯ В АСПЕКТЕ РАЦИОНАЛЬНОГО ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ

А.А. Винокуров, бакалавр
В.Н. Макарова, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. Приморский край, как регион с богатой природой, сталкивается с проблемой лесных пожаров, которые могут привести к значительным экологическим последствиям, угрожая биоразнообразию, воздушному качеству и здоровью жителей. Исследование данной темы позволит выявить современные методы мониторинга лесных пожаров и разработать стратегии по их предотвращению, что способствует сохранению природных ресурсов региона.

Ключевые слова: лесной фонд, лесные пожары, горимость, мониторинг лесных пожаров, причины возникновения лесных пожаров.

IDENTIFICATION OF THE MOUNTAINOUS TERRITORY OF THE PRIMORSKY TERRITORY IN THE ASPECT OF RATIONAL NATURE MANAGEMENT

Abstract. Primorsky Krai, as a region rich in nature, is facing the problem of forest fires, which can lead to significant environmental consequences, threatening biodiversity, air quality and the health of residents. The study of this topic will allow us to identify modern methods of monitoring forest fires and develop strategies for their prevention, which contributes to the conservation of natural resources in the region.

Keywords: forest fund, forest fires, monitoring of forest fires, causes of forest fires.

Субъект Российской Федерации Приморский край имеет площадь 164 673 км², что составляет примерно 1% (0,97%) от общей площади Российской Федерации. Входит в состав Дальневосточного федерального округа. Административный центр – город Владивосток. Общая протяженность границ Приморского края – 3000 км, из них морских – около 1500 км [0].

Приморский край входит в число наиболее горимых субъектов России. Этому способствует климат, наличие деревьев пиропитов и широкое применение практики сельскохозяйственных палов, в результате которых пожары переходят на леса. Однако несмотря на это пожары в Приморском крае из-за сложного состава лесов практически никогда не принимают катастрофических масштабов, как это случается в таежных регионах, где преобладают простые по составу насаждения.

Целью работы является выявление территорий, наиболее подверженных природным пожарам с использованием дистанционного зондирования Земли.

Практическая значимость: анализ данных о лесных пожарах и их мониторинг, помогает разработать методы и стратегии предотвращения возникновения пожаров на территории Приморского края.

Научная новизна работы заключается в инновационном подходе, использование таких видов данных, как например: спутниковые снимки, метеоданные, авиационный мониторинг, наземный противопожарный мониторинг. Для более полного и точного мониторинга лесных пожаров.

Для достижения поставленной цели были сформулированы следующие задачи:

1. Анализ данных о предыдущих лесных пожарах в регионе с использованием современных геоинформационных технологий.
2. Разработка модели прогнозирования риска возникновения лесных пожаров на основе метеорологических данных и данных о состоянии лесных массивов.
3. Создание системы мониторинга природных ресурсов и рекреационных зон с целью своевременного выявления и пресечения возгораний.
4. Проведение анализа эффективности принятых мер по предотвращению и тушению лесных пожаров.
5. Проведение профилактических мероприятий по пожарной безопасности с местным населением.

Одним из основных методов исследования являются спутниковые системы, они включают в себя дистанционное зондирование земли при мониторинге лесных пожаров, в режиме реального времени. Кроме этого, также используются другие методы, например, аэрофотосъемка, радиолокационное зондирование и термальное зондирование. Каждый из этих методов имеет свои преимущества и недостатки и может использоваться в зависимости от конкретных условий и задач мониторинга.

В Приморье природные пожары всегда возникают в одних и тех же временных интервалах: с середины марта до середины мая – весенний пожароопасный сезон, и с начала октября до середины ноября – осенний.

Рассмотрим разницу определений «пожары» и «горимость».

Лесные пожары – это неконтролируемое горение растительности на лесной территории [0].

Горимость лесов – это комплексное, обобщающее понятие, которое показывает, как часто в конкретном районе бывают лесные пожары и какую площадь лесов они охватывают.

Исходными данными для характеристики горимости лесов служат число и площадь лесных пожаров в конкретном районе за отдельный сезон (год) или средние многолетние.

На основе этих данных вычисляются:

- частота лесных пожаров;

- средняя площадь одного пожара;
- доля (в %) площади лесного фонда, пройденная огнём [0].

Стоит обратить внимание, что лесные пожары несмотря на то, что большая их часть происходит по вине человека, являются естественным природным процессом, а так называемые деревья пиропиты используют пожары для конкуренции с другими видами деревьев.

В Приморском крае к деревьям пиропитам относится дуб монгольский. Дуб целенаправленно «создает» условия для возникновения пожаров: его листья содержат так называемые дубильные вещества, которые являются природными антисептиками и не дают листьям разложиться. В результате нескольких лет жизнедеятельности дуба под его пологом образуется толстая подушка из сухих листьев, которая при возникновении пожара прогорает достаточно быстро, чтобы не принести ощутимого вреда самому дубу (толстая кора), но при этом позволяет убить или значительно ослабить теневыносливые деревья, растущие рядом с дубами [0].

В 2022 году на территории Приморского края было потушено 529 лесных пожаров. Большая их часть произошла по вине человека, а сами пожары находятся в непосредственной близости от населенных пунктов или сельскохозяйственных земель.

Динамика природных пожаров в Приморском крае изображена на рис. 1



Рис. 1. Площадь природных пожаров в Приморском крае

Большая часть лесных пожаров в Приморском крае тушится менее чем за 24 часа с момента обнаружения. Так по результатам 2022 года 95% всех пожаров были ликвидированы менее, чем за одни сутки, в то время как в целом по России этот показатель составляет 78,7%.

Рассмотрим статистические данные по лесным пожарам в Приморском крае в таблице.

Таблица

Статистика горимости Приморского края за 2011–2023 гг.

Год	Всего зарегистрированных пожаров	Площадь, пройденная огнем, га
2011	4180	1822896
2012	3406	1551347
2013	2371	966196
2014	4585	2525862
2015	3512	1266656
2016	2387	965810
2017	3874	1640468

Год	Всего зарегистрированных пожаров	Площадь, пройденная огнем, га
2018	3455	1773409
2019	3466	1865617
2020	4247	1043593
2021	2996	857229
2022	4983	942319
2023	1760	474532
Итого:	45222	17695934

Из данных таблицы следует, что в 2022 г. было зарегистрировано больше всего пожаров – 4983, при этом общая площадь, пройденная огнем, составила 942,319 га., что является наибольшей выгоревшей площадью. Таким образом, за период с 2011 по 2023 гг. произошло 45 222 пожаров, которые охватили 17695934 га территорий Приморского края.

На рисунке 2 можно посмотреть динамику возгораний на территории Приморского края за период с 2011 по 2023гг.



Рис. 2. Количество возгораний на территории Приморского края за период с 2011 по 2023 гг.

Возникновение природных пожаров подвержено цикличности с чередованием годов с высокой и низкой пожарной нагрузкой. Длительность цикла составляет от 3-4 лет и зависит от объема накопления опада. Высокая пожарная нагрузка обычно возникает в периоды засух и повышенной температуры, когда растения становятся более подверженными возгоранию. Низкая пожарная нагрузка, напротив, наступает после периодов дождей или благоприятных условий, когда влажность увеличивается и растения менее склонны к возгоранию.

На рисунке 3 можно обратить внимание на сравнение полученных данных с 2011 по 2023 года.

Обратите внимание на цикл 2011–2013 гг. Он характеризуется очень низким количеством возгораний по сравнению с соседними циклами даже в пиковый 2011 год. Это привело к накоплению большого объема горючих материалов в результате чего в следующем цикле в пиковый год (2014) было зафиксировано более 12 тыс. возгораний.

Каждые 12 часов в диспетчерский пункт поступают сигналы космического мониторинга: спутник, используя специальный инфракрасный канал, выявляет так называемые термические

аномалии – участки земли с повышенной температурой воздуха, которые в подавляющем большинстве случаев являются пожарами. На территории Приморского края ежегодно фиксируется от 3 до 10 тыс. возгораний (термических аномалий)



Рис. 3. Динамика индексов горимости в период 2011–2023 гг.

На снимке ниже показаны термические аномалии (термоточки) весеннего пожароопасного периода 2023 года.

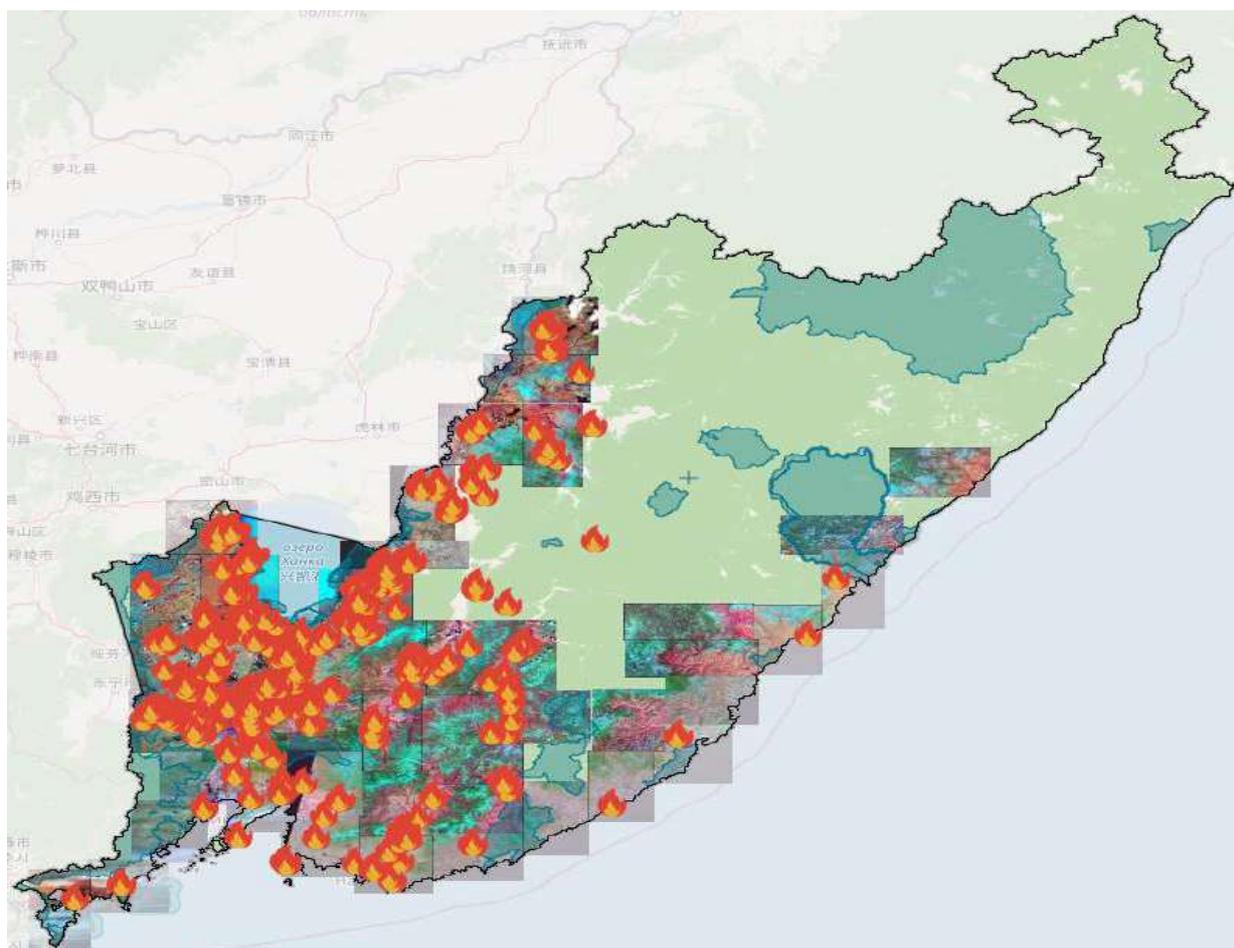


Рис. 4. Термоточки на территории Приморского края

Количество осадков на территории Приморского края изображены ниже (рис. 5)

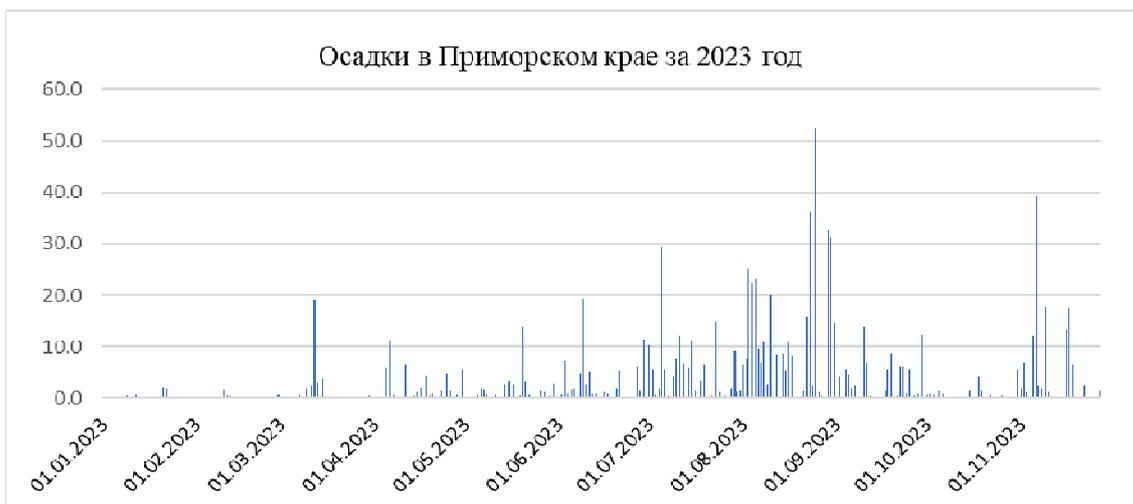


Рис. 5. Количество осадков в Приморском крае за 2023 год

Осадки могут помочь предотвратить пожары, например, увлажняя почву и растительность, но количество пожаров все равно будет зависеть от других факторов, а не только от количества осадков.

Сравнение площади пожаров с годовыми осадками в Приморском крае за период с 2011 по 2023 год изображены на рис. 6.



Рис. 6. Количество осадков за период с 2011–2023 гг.

Данные метеостанций по следующим территориям: г. Владивосток, пгт. Кировский, с. Красный Яр, г. Партизанск, с. Покровка, пгт. Терней, с. Чугуевка. Анализ данных проводился по указанным территориям с 2011 по 2023 год.

Исследование, проведенное в рамках данной работы, посвящено комплексному анализу лесных пожаров в регионе с использованием передовых геоинформационных технологий. В работе была разработана модель прогнозирования риска возникновения лесных пожаров, основанная на анализе метеорологических данных и информации о состоянии лесных массивов.

Созданная система мониторинга природных ресурсов и рекреационных зон позволяет обеспечить своевременное выявление и пресечение возгораний, что существенно улучшает эффективность противопожарных мероприятий.

В ходе исследования был произведен анализ эффективности принятых мер по предотвращению и тушению лесных пожаров, что позволило определить ключевые моменты для оптимизации

стратегии противодействия возгораниям. Особое внимание было уделено анализу взаимосвязи площади пожаров с количеством осадков за рассматриваемый период, что обеспечило понимание динамики пожаров и их зависимости от климатических условий.

Полученные результаты и выводы данного исследования могут быть использованы для оптимизации механизмов противодействия лесным пожарам, а также для разработки более эффективных стратегий управления лесными ресурсами и охраны природы.

1. Лесной план Приморского края на 2019-2028 годы (Т. 1) – Текст: электронный. – URL: <https://primorsky.ru/upload/medialibrary/e12/gki57zj8o71mvvbodlmpi6klj3bsmgnx.pdf>

2. Горимость лесов – Текст: электронный. – URL: https://forestry_economic.academic.ru/210/-Горимость_лесов

3. Природные пожары – Текст: электронный. – URL: <https://45.mchs.gov.ru/deyatelnost/poleznaya-informaciya/rekomendacii-naseleniyu/chs-prirodnogo-haraktera/prirodnye-pozhary>

4. О состоянии лесного комплекса Приморского края и результатах работы Министерства лесного и охотничьего хозяйства Приморского края в 2022 году. — Владивосток 2023. 56 стр. – Текст: электронный. – URL: <file:///C:/Users/Aleks/Downloads/ysdq5o1zpa9oi68kch6a0lji39vn2yw.pdf>

УДК 504.3

ОЦЕНКА ВЫБРОСОВ ПАРНИКОВЫХ ГАЗОВ ПРЕДПРИЯТИЯМИ УГОЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ (НА ПРИМЕРЕ РУ «НОВОШАХТИНСКОЕ» ФИЛИАЛ ООО «ПРИМОРСКУГОЛЬ»)

А.С. Волобуева, бакалавр

Е.В. Тарасова, канд. геогр. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Аннотация. В настоящей работе проведена оценка выбросов парниковых газов предприятиями угольной промышленности (на примере предприятия Разрезууправление «Новошахтинское» филиал ООО «Приморскуголь»). Определены источники выбросов парниковых газов. Произведен расчет прямых и косвенных энергетических выбросов парниковых газов. Прогноз выбросов парниковых газов до 2030 года.

Ключевые слова: парниковые газы, выбросы, инвентаризация источников выбросов парниковых газов, мониторинг парниковых газов, углеродный след.

ASSESSMENT OF GREENHOUSE GAS EMISSIONS BY ENTERPRISES COAL INDUSTRY (ON THE EXAMPLE OF RU «NOVOSHAKHTINSKOYE» BRANCH OF LLC «PRIMORSKUGOL»)

Abstract. In this work, an assessment of greenhouse gas emissions by coal industry enterprises was carried out (on the example of RU «Novoshakhtinskoye» branch of LLC «Primorskugol»). Sources of greenhouse gas emissions have been identified. A calculation of direct and indirect energy emissions of greenhouse gases was made. Forecast of greenhouse gas emissions until 2030.

Keywords: greenhouse gases, emissions, inventory of greenhouse gas emissions sources, greenhouse gas monitoring, carbon footprint.

В настоящее время, интенсивное развитие научно-технического прогресса позволило человечеству значительно повысить уровень жизни за счет количества и качества потребляемых ресурсов, но вместе с тем это вызвало серьезный конфликт людей с окружающей природной средой. В наиболее развитых странах, потребляющих более 50% энергии и большую часть природного сырья, приходится более половины всех выбросов углекислого газа и две трети мировых отходов.

Техногенное загрязнение окружающей природной среды, в частности выбросы парниковых газов, составляющие около половины биологического следа человека, с большой вероятностью является причиной происходящих на планете климатических изменений с достаточно непредсказуемыми последствиями и, возможно, глобальными катастрофами [6].

Углеродный след – это совокупность всех выбросов парниковых газов в атмосферу при производстве продукции, потреблении чего-либо и транспортировке. Иными словами, почти любая деятельность человека не обходится без выбросов вредных для планеты газов, которые в итоге приводят к повышению температуры Земли [5].

Парниковые газы – газы с высокой прозрачностью в видимом диапазоне и с высоким поглощением в среднем и дальнем инфракрасном диапазонах. В группу парниковых газов входят все виды газообразных соединений, оказывающие влияние на проницаемость атмосферы. В список парниковых газов входят следующие соединения: водяной пар, углекислый газ (CO_2), метан (CH_4), оксид азота (N_2O), перфторуглероды (ПФУ), гидрофторуглероды (ГФУ), гексафторид серы (SF_6) [3].

Парниковые газы различаются «силой» воздействия своего парникового эффекта, а также длительностью присутствия в атмосфере. Для сравнения парникового воздействия различных газов введён эквивалент: их эффект пересчитан в эффект от наиболее распространенного парникового газа – углекислого газа. Численные оценки выбросов всех парниковых газов даются в тоннах CO_2 эквивалента, получаемых в результате такого пересчета (обозначение – т CO_2 -экв.) [3].

С появлением промышленности, автомобилей и активной добычи природных ископаемых этот природный баланс нарушился: количество парниковых газов увеличилось в 1,5 раза и длинные инфракрасные волны, которые до этого могли отдать лишнее тепло, теперь не могут пробиться сквозь увеличенное количество парниковых газов. Поэтому проблема изменения климата является актуальной. Так как за период с начала промышленной революции температура Земли уже повысилась на $1,1^\circ\text{C}$ [1].

Растущая концентрация парниковых газов – глобальная угроза для окружающей среды и экономического развития. Таким образом проблема образования углеродного следа является актуальной в современном мире.

Цель работы: инвентаризация выбросов парниковых газов в РУ «Новошахтинское»

Задачи:

- определение источников выбросов парниковых газов на предприятии;
- определение объема прямых энергетических выбросов парниковых газов;
- определение объема косвенных энергетических выбросов парниковых газов;
- оценка удельного углеродного следа произведенной продукции РУ «Новошахтинское» ООО «Приморскуголь».

В сентябре 2019 года Россия ратифицировала Парижское соглашение, которое предполагает сокращение к 2030 году выбросов парниковых газов до 70–75 % от уровня 1990 года при условии максимально возможного учета поглощающей способности лесов. После этого президент РФ подписал указ по созданию национальной системы климатического регулирования.

Парижское соглашение не требует от промышленности подписавших его стран отказа от сжигания ископаемого топлива – нефти, газа и угля. Но при этом оно обязывает все страны работать над снижением выбросов и их очистке, над технологическим перевооружением работающих предприятий [7].

Наиболее популярными экономическими инструментами такого регулирования в мире является углеродный налог. Последний можно отнести к стимулирующим мерам, создающим углеродное ценообразование и способствующим выполнению задач по сокращению выбросов.

В 2021 году в России вступил в силу федеральный закон № 296 «Об ограничении выбросов парниковых газов» для регулируемых организаций, который обязывает вести соответствующую отчетность. В соответствии с законом, эмитенты парниковых газов относятся к регулируемым, если выполняются следующие условия: масса выбросов парниковых газов составляет более 150 тыс. т CO_2 – эквивалента в год. С 1 января 2025 года планка понизится до 50 тысяч т и менее, то есть под регулирование попадут и более мелкие производства. 14 марта 2022 года правительство утвердило критерии отнесения предприятий к числу регулируемых. Так, например, к их числу относятся предприятия, чей производственный процесс включает стационарное сжигание топлива, угольная промышленность, добыча нефти и др. [2].

Для оценки выбросов парниковых газов угольной промышленностью было выбрано – Разрезное управление «Новошахтинское» ООО «Приморскуголь». Основные направления деятельности

предприятия – добыча бурого угля Павловского буроугольного месторождения, в том числе использование отходов горнодобывающего и связанных с ним перерабатывающих производств. Деятельность по добыче угля открытым способом РУ «Новошахтинское» ООО «Приморскуголь» ведётся на производственном участке – разрез «Павловский-2». Земельные участки расположены в Михайловском районе Приморского края.

Учитывая сферу деятельности РУ «Новошахтинское» ООО «Приморскуголь» и специфику угледобывающей отрасли, источники прямых выбросов парниковых газов разделены на две категории: выбросы при стационарном сжигании топлива (CO_2) и выбросы при сжигании топлива транспортом (CO_2). Дополнительной третьей категорией является «косвенные энергетические выбросы» (CO_2).

В количественное определение выбросов парниковых газов при стационарном сжигании топлива РУ «Новошахтинское» ООО «Приморскуголь» включены выбросы CO_2 в атмосферу, возникающие в результате сжигания твердого топлива в котельной, осуществляемого с целью выработки тепловой и/или электрической энергии для собственных нужд, а также для осуществления иных технологических операций.

В количественное определение выбросов парниковых газов при сжигании топлива транспортом РУ «Новошахтинское» ООО «Приморскуголь» включены выбросы CO_2 в атмосферу, возникающие в результате сжигания бензина и дизельного топлива при работе транспорта.

В количественное определение косвенных энергетических выбросов парниковых газов РУ «Новошахтинское» ООО «Приморскуголь» включены выбросы CO_2 в атмосферу, образующиеся в результате потребления электрической энергии, полученной от внешних генерирующих объектов.

Источники выбросов парниковых газов РУ «Новошахтинское» ООО «Приморскуголь» ООО «Приморскуголь».

Источниками прямых выбросов парниковых газов являются объекты или производственные процессы организации. Каждый производственный объект или производственный процесс РУ «Новошахтинское» ООО «Приморскуголь» отнесен к одной из категорий источников выбросов парниковых газов на основании установленных критериев действующего законодательства, что показано на рис. 1.

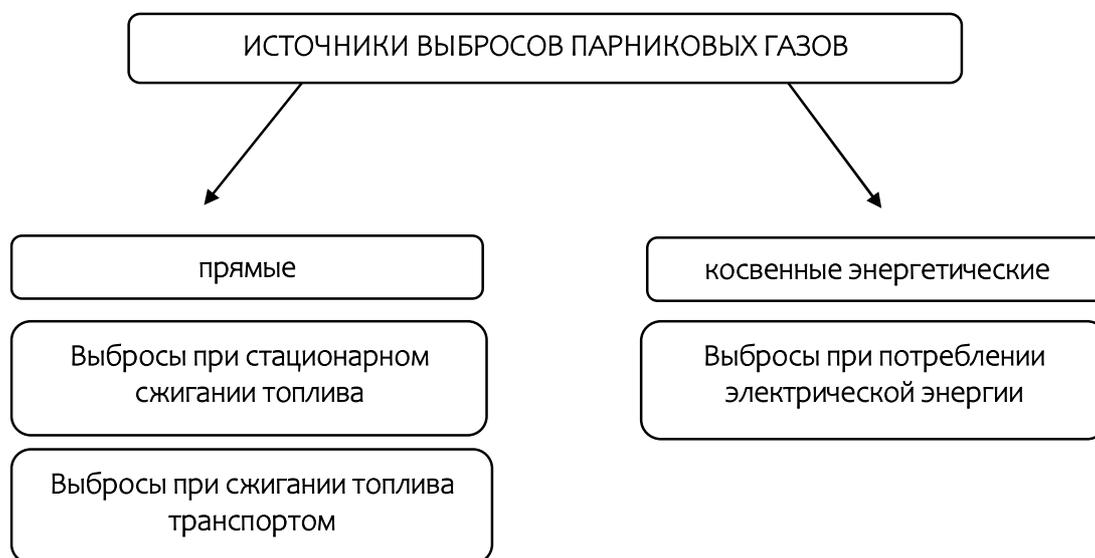


Рис. 1. Категории источников прямых выбросов парниковых газов РУ «Новошахтинское» ООО «Приморскуголь»

Выбросы при стационарном сжигании топлива – категория источников выбросов парниковых газов, которая включает выбросы CO_2 в атмосферу, возникающие в результате сжигания всех видов топлива для выработки тепловой и/или электрической энергии.

Выбросы при сжигании топлива транспортом – категория источников выбросов парниковых газов, которая включает выбросы CO_2 от сжигания бензина и дизельного топлива для осуществления внутрироссийских пассажирских и грузовых перевозок транспортом и другими видами транспорта.

Косвенные энергетические выбросы – категория источников выбросов парниковых газов, которая включает выбросы CO₂, образующиеся в результате потребления организациями электрической энергии, полученной от внешних генерирующих объектов.

Перечень источников прямых выбросов РУ «Новошахтинское» ООО «Приморскуголь» за 2022 год представлен в табл. 1.

Таблица 1

**Перечень источников прямых выбросов РУ «Новошахтинское»
ООО «Приморскуголь» за 2022 г.**

Категория источников выбросов ПГ	Наименование объекта выбросов ПГ	Учитываемые ПГ
Выбросы при стационарном сжигании топлива	Котельная	Углекислый газ (CO ₂)
Выбросы при сжигании топлива транспортом	Транспорт, работающий на бензине	Углекислый газ (CO ₂)
	Транспорт, работающий на дизельном топливе	

Расчет объёмов прямых выбросов парниковых газов при стационарном сжигании топлива выполнен на основе «Методических указаний по количественному определению объёмов выбросов парниковых газов и поглощение парниковых газов» согласно Приказу Минприроды России от 27.05.2022 г. №371.

$$E_{CO_2,y} = 4\,906,04 \text{ т } CO_2 - \text{экв.}$$

Расчет объёмов выброс парниковых газов при сжигании топлива транспортом выполнен на основе «Методических указаний по количественному определению объёмов выбросов парниковых газов и поглощение парниковых газов» согласно Приказу Минприроды России от 27.05.2022 г. №371. Полученные данные представлены на рис. 2.

$$E_{CO_2,g} = 498,95 \text{ т } CO_2 - \text{экв.}$$

$$E_{CO_2,d,t} = 53\,886,82 \text{ т } CO_2 - \text{экв.}$$



Рис. 2. Объём выбросов CO₂-экв. при сжигании топлива транспортом, т CO₂-экв.

Совокупные выбросы от всех видов топлива:

$$E_{CO_2,y} = 54\,385,77 \text{ т } CO_2 - \text{экв.}$$

Всего объем парниковых газов (прямых), выбрасываемых в атмосферу за 2022 г., составил 59 345,81 т CO₂-экв. При этом структура прямых выбросов парниковых газов РУ «Новошахтинское» ООО «Приморскуголь» представлена на рис. 3.

Таким образом, основным источником прямых выбросов парниковых газов РУ «Новошахтинское» ООО «Приморскуголь» являются выбросы от транспорта. На их долю в 2022 г. приходится 91,64 % от общих прямых выбросов парниковых газов



Рис. 3. Структура прямых выбросов ПГ в РУ «Новошахтинское» ООО «Приморскуголь» за 2022 г.

Расчет объемов косвенных энергетических выбросов парниковых газов выполнен на основе «Методических указаний по количественному определению объема косвенных энергетических выбросов парниковых газов» согласно Приказу Минприроды России от 29.06.2017 г. №330.

$$E_{\text{косвен}} = 47\,255,75 \text{ т CO}_2\text{-экв.}$$

Общий объем прямых и косвенных энергетических выбросов парниковых газов за 2022 г. составил 106601,26 т CO₂-экв. Доля прямых выбросов парниковых газов 59 345,81 т CO₂-экв., доля косвенных энергетических выбросов парниковых газов 47 255,75 т CO₂-экв. Данные представлены на рис. 4.



Рис. 4. Общий объем выбросов ПГ в РУ «Новошахтинское» ООО «Приморскуголь» за 2022 г.

Прогноз прямых и косвенных выбросов парниковых газов РУ «Новошахтинское» ООО «Приморскуголь» составлен до 2030 г. на основе планируемого объема добычи угля, фактического объема добычи угля за 2022 г. и фактического удельного углеродного следа за 2022 г. Данные представлены в табл. 2.

Таблица 2

Прогноз выбросов парниковых газов в РУ «Новошахтинское» до 2030 г.

Год	Прямые выбросы ПГ, т CO ₂ -экв.	Косвенные энергетические ПГ, т CO ₂ -экв.
2023	57 336,48	45 656,76
2024	74 888,46	59 632,01
2025	94 780,70	75 471,77
2026	94 780,70	75 471,77
2027	94 780,70	75 471,77
2028	94 780,70	75 471,77
2029	94 780,70	75 471,77
2030	94 780,70	75 471,77

Выводы:

1. Определён перечень источников выбросов парниковых газов в Разрезоуправление «Новошахтинское» филиал ООО «Приморскуголь». Установлено, что на предприятии образуются прямые и косвенные энергетические выбросы парниковых газов. К прямым выбросам ПГ относятся: выбросы при стационарном сжигании топлива и выбросы при сжигании топлива транспортом. К косвенным энергетическим выбросам ПГ относится: выбросы при потреблении электрической энергии.

2. Определён объём прямых выбросов парниковых газов в РУ «Новошахтинское» в 2022 г. Произведен расчёт выбросов парниковых газов при стационарном сжигании топлива за отчётный период. Объём выбросов составил = 4 906,04 т CO₂-экв. Произведен расчёт выбросов парниковых газов при сжигании бензина транспортом за отчётный период. Объём выбросов составил = 498,95 т CO₂-экв; Произведен расчёт выбросов парниковых газов при сжигании дизельного топлива транспортом за отчётный период. Объём выбросов составил = 53 886,82 т CO₂-экв.; Всего объём прямых выбросов парниковых газов за 2022 г. составил = 59 345,81 т CO₂-экв.

3. Определён объём косвенных энергетических выбросов парниковых газов в РУ «Новошахтинское» в 2022 г. Произведен расчёт косвенных энергетических выбросов парниковых газов при потреблении электрической энергии за отчетный период. Объём выбросов составил = 47 255,75 т CO₂-экв.

4. Проведён анализ прогноза выбросов парниковых газов в РУ «Новошахтинское» до 2030 г. включительно. На основании данных, представленных в таблице, можно сделать вывод о том, что при планируемом росте годовой добычи будут увеличиваться прямые выбросы парниковых газов и косвенные энергетические выбросы.

1. Бекетова А.И. Отчетность по парниковым газам: новое в 2023 году – Текст: электронный. – URL: <https://clck.ru/39ghhc> (дата обращения: 14.03.2024).

2. Доклад о разрыве в уровне выбросов за 2022 год – Текст: электронный. – URL: <https://www.unep.org/ru/resources/doklad-o-razryve-v-urovne-vybrosov-za-2022-god> (дата обращения: 20.03.2024)

3. Парижское соглашение по климату – Текст: электронный. – URL: <https://gia.ru/spravka/20171212/1510681570.html> (дата обращения 12.03.2024)

4. Стулов М. Завершена кампания по сбору углеродной отчетности у крупнейших эмитентов парниковых газов – Текст: электронный. – URL: <https://www.vedomosti.ru/esg/regulation/articles/2023/07/26/986955-zavershena-kampaniya-po-sboru-uglerodnoi-otchetnosti-u-krupneishih-emitentov-parnikovih-gazov> (дата обращения: 12.03.2024)

5. Углеродный след (карбонный след – Текст: электронный. – URL: <https://neftegaz.ru/tech-library/ekologiya-pozharnaya-bezopasnost-tekhnika-bezopasnosti/691482-uglerodnyy-sled-karbonovyy-sled/> (дата обращения: 12.03.2024)

6. Умнов В.А. Углеродный след как индикатор воздействия экономики на климатическую систему/ В.А. Умнов, О.С. Коробова, А.А. Скрябина // Вестник. Экономика и управление. – 2020. – №2. – С. 85-93.

7. Зачем нужны углеродные единицы – Текст: электронный. – URL: <https://clck.ru/39ghja> (дата обращения: 20.03.2024)

УДК 371.335.7:574

РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОГРАММ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ, ВОСПИТАНИЯ И КУЛЬТУРЫ В МБОУ СОШ №1 ИМЕНИ А.А. КУРБАЕВА НАДЕЖДИНСКОГО РАЙОНА, ПРИМОРСКИЙ КРАЙ.

Е.С. Давыденко, бакалавр
Е.В. Тарасова, канд. географ. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. Экологическое образование и воспитание является одним из важных приоритетных направлений развития современной школы и всей системы образования в целом. В статье освещается опыт реализации программ экологического образования и воспитания и культуры в МБОУ СОШ №1 имени А.А. Курбаева в Надеждинском районе, Приморский край. Основное внимание в

статье уделяется внедрению экологического портфолио в проектную деятельность учащихся. Рассмотрена структура экологического портфолио и порядок наполнения каждого раздела. В статье также сформулированы и рассмотрены преимущества данного метода повышения уровня экологического образования и воспитания.

Ключевые слова: экологическое образование, экологическое портфолио, Приморский край, программа обучения.

IMPLEMENTATION OF PROGRAMS FOR ECOLOGICAL EDUCATION, UPBRINGING, AND CULTURE AT THE MUNICIPAL GENERAL EDUCATION SCHOOL NO. 1 NAMED AFTER A.A. KURBAYEV IN NADEZHDINSKY DISTRICT, PRIMORSKY KRAI

Abstract. Environmental education and upbringing is one of the important priority areas for the development of modern schools and the entire education system as a whole. The article highlights the experience of implementing environmental education and upbringing and cultural programs at the Municipal Budgetary Educational Institution Secondary School №1 named after A.A. Kurbaev in Nadezhdinsky district, Primorsky Krai. The article focuses on the introduction of environmental portfolios into students project activities. The structure of the portfolio and the order of filling each section are considered. The article also formulates and discusses the advantages of this method of increasing the level of environmental education and upbringing.

Keywords: environmental education, ecological portfolio, Primorsky Krai, curriculum.

В современном мире, вопросы экологии и экологического образования населения становятся все более актуальнее, особенно если рассматривать данные вопросы в контексте изменения климата, а также угрозы биоразнообразию. Экологическое образование – единый процесс воспитания и обучения, направленный на формирование системы ценностных ориентаций, морально-этических норм поведения, получение специальных знаний и приобретение опыта в сфере охраны окружающей среды, экологической безопасности и использования природных ресурсов.

Политика государства, направленная на совершенствование уровня экологического образования, осуществляется на федеральном, региональном и местном уровнях. Рассмотрим уровень развития экологического образования в Приморском крае.

5 ноября 2020 года был принят закон Приморского края «Об экологическом образовании и воспитании экологической культуры в Приморском крае» №911-КЗ. В данном законе описываются основные цели и задачи экологического образования, к ним относятся:

1. Повышение экологической культуры, уровня образования населения Приморского края, а также совершенствования навыков в профессиональных знаниях в сферах экологической безопасности

2. Обеспечение развития Приморского края в социально-экономическом направлении и устранение причин антропогенного воздействия на окружающую среду

3. Воспитание бережного отношения к природе и формирование экологической культуры населения Приморского края.

4. Сохранение биологического разнообразия, благоприятной окружающей среды, а также природных ресурсов [1, с 12].

Приморский край является из самых уникальных регионов России. Приморье обладает уникальной природой, которая варьируется от берегов Тихого океана до высокогорных регионов. Разнообразные ландшафты включают в себя побережья с живописными пляжами, густые леса с доминированием лиственных и хвойных пород, а также возвышенные горные хребты.

Флора Приморского края представлена огромным многообразием растительности, которая адаптирована к различным климатическим и географическим условиям региона. Прибрежные районы представлены морскими растениями, такими как ряска и розошник. Среди кустарников выделяют амурскую жимолость, абрикос маньчжурский, а также достаточно ярко представлены ягодные культуры, такие как: амурская калина, смородина и голубика. Район включает в себя эндемики, которые процветают исключительно в этом регионе. Одним из выдающихся эндемиков Приморского края является «Тигровое дерево» (*Phellodendron amurense*) обладающий ценными медицинскими свойствами. В горных районах Сихотэ-Алиньских хребтов можно обнаружить эндемичные орхидеи, такие как «*Cypripedium macranthos*», а также Алтайский иван-чай «*Epilobium*

angustifolium» обладающий ценными лекарственными свойствами. Данные эндемики способствуют богатству флоры региона, но служат объектами сохранения природы и научных исследований [2, с. 5].

Фауна Приморского края является не менее разнообразной, она включает в себя редкие и эндемичные виды. Один из ярких примеров эндемиков фауны- Амурский тигр «*Panthera tigris altaica*», символ региона и одновременно крупнейший из всех подвидов тигра, обитающий исключительно в Дальневосточном регионе, включая Приморье. Еще одним уникальным обитателем региона является Дальневосточный леопард «*Panthera pardus orientalis*». Этот вид является самой редкой крупной кошкой в мире, которая замечательно приспособилась к суровой зиме, благодаря густой и длинной шерсти. В прибрежных водах Тихого океана обитает Амурская тюлька «*Phoca vitulina stejnegeri*» – это подвид тюленя обыкновенного, который адаптировался к условиям северо-восточного побережья. Все перечисленные виды стали символами природной уникальности Приморского края и являются объектами систематических усилий по их сохранению и охране. Эти усилия включают в себя создание заповедников, мониторинг популяций и разработку программ устойчивого использования природных ресурсов в регионе

Изучение богатства и уникальности природы Приморского края выявляет важность сохранения экосистемного баланса. Однако, современные вызовы, такие как изменение климата, оказывают все более существенное воздействие на природные процессы и биоразнообразие региона. Изменение климата в Приморском крае проявляется в различных аспектах, оказывая воздействие на экосистемы. Примерами изменений может служить увеличение средней температуры, изменения в режиме осадков и частоте экстремальных событий, таких как сильные штормы и засухи. Также важным аспектом является рост уровня моря, что оказывает давление на прибрежные территории и экосистемы. Данные изменения в климате оказывают влияние на жизнь эндемичных видов, таких как амурский тигр и дальневосточный леопард, которые сталкиваются с утратой своего естественного биотопа из-за изменений в растительности и доступности пищи.

Чтобы противостоять этим вызовам, Приморский край внедряет меры по адаптации и устойчивому управлению природными ресурсами. Развитие экологически устойчивых технологий, мониторинг экологических изменений. Но одним из основных факторов нарушения экологической устойчивости является неграмотное отношение людей к природе. Особенную роль в формировании экологических знаний занимают такие социальные институты как школа. В условиях современного мира, где климатические изменения представляют серьезную угрозу нашей планеты, разработка программ образования и повышения общественного сознания становятся приоритетными задачами.

Примерами программ образования по повышению уровня экологического образования могут служить:

1. Лекции и семинары с экспертами. Экологи, климатологи и иные специалисты в области климатических наук предоставят актуальную информацию о том, как изменения климата влияют на Приморский край. После выступления эксперта, можно провести сессию вопросов и ответов, чтобы позволить людям более глубоко понять проблемы и найти практические пути их решения.

2. Экологические мероприятия. Данные мероприятия играют важную роль в привлечении внимания общественности к экологическим проблемам и стимулировании активных устойчивых действий. Примерами данных мероприятий может быть:

- «День без автомобиля»: акция призывает участников отказаться от использования автотранспорта на определенный день. Отказ способствует снижению выбросов CO₂ и повышению осведомленности о влиянии автомобильного движения на климат.

- «День энергосбережения» мероприятие привлекает внимание общественности к рациональному использованию ресурсов и развитию возобновляемых источников энергии. Проблема энергосбережения лежит намного глубже, чем может показаться, ведь энергию чаще всего, получают за счет сжигания ископаемого топлива. При этом наносится ущерб окружающей среде: исчерпываются невозобновляемые природные ресурсы, при сгорании в воздух попадают загрязняющие вещества. [3, с. 4]

3. Уборка территории. Один из самых простых примеров по повышению экологического образования. Организация мероприятий по уборке природных территорий, включая парки, леса и береговые зоны. Вовлечение людей в уборку создает чувство собственной ответственности за состояние окружающей среды. Также, в таких мероприятиях можно проводить образовательные программы по раздельному сбору мусора, так как сортировка мусора позволяет увеличить долю перерабатываемых отходов.

4. Экологические конкурсы и фестивали. Проведение данного вида мероприятий, где участники могут выражать свои идеи в творческой форме. Например, создание экологического портфолио, в котором размещаются примеры проявления экологического поведения в быту (Раздельный сбор мусора, высадка деревьев, экономия бумаги, использование многоразовых пакетов).

5. Интерактивные образовательные ресурсы. Представляют собой средства обучения, обеспечивающие взаимодействие пользователей с содержанием охраны окружающей среды и природы. Эти ресурсы способствуют привлечению внимания и активному участию обучаемых, предоставляя интерактивные задания, игры, тесты, различные подкасты, сайты, видеоуроки и другие формы обучения, направленные на расширение знаний и формирование ответственного отношения к природе.

Данные программы по улучшению экологического образования являются очень эффективными. Для работы по улучшению экологического образования в МБОУ СОШ №1 имени А.А. Курбаева, была выбрана программа по изготовлению экологических портфолио. Экологическое портфолио представляет собой собрание материалов и документов, фиксирующих экологические инициативы и достижения учащихся. Внедрение технологии портфолио в экологическое образование можно начать с проведения обучающих сессий, на которых учащиеся узнают о целях и возможностях создания своего "Экологического портфолио". Задача заключается в том, чтобы дети осознали, что каждый их шаг в заботе о природе может стать частью ценного опыта, который они могут поделиться с другими. Далее, можно провести практические мастер-классы по использованию технологий для создания контента: фотографий, видео и записей. Эти элементы могут включать в себя не только результаты их экологических действий, но и краткие рефлексии или цели на будущее. Такой подход способствует развитию навыков цифровой грамотности и творческого самовыражения.

Экологическое портфолио состоит из 5 разделов:

1. Экологические привычки;
2. Инновации и технологии;
3. Экологическое образование;
4. Природа Приморского края;
5. Экологический десант.

Рассмотрим конкретные примеры действий с каждого раздела, которые смогут внести существенный вклад в повышение уровня экологического образования и воспитания.

1. Раздел «Экологические привычки в повседневной жизни» включает в себя комплексную программу, направленную на формирование у школьников устойчивых и ответственных привычек в отношении окружающей среды. Целью этого раздела является не только привлечение внимания учащихся к экологическим проблемам, но и активное внедрение практических решений в их повседневную жизнь.

В рамках данного раздела школьники будут учиться не только осознанному потреблению, но и активному участию в сохранении природы. Они будут ознакомлены с понятием углеродного следа и методами его снижения, изучат принципы и практику раздельного сбора мусора, а также научатся использовать многоразовую упаковку и посуду.

Кроме того, в рамках данного раздела будут проводиться мастер-классы по изготовлению товаров с минимальным экологическим следом, обмен опытом и идеями между учащимися, а также мероприятия с приглашёнными экологическими экспертами и организациями.

2. Раздел «Инновации и технологии в экологии» представляет собой комплексную программу обучения, нацеленную на изучение передовых технологий и инновационных подходов, направленных на решение современных экологических проблем. Цель данного раздела состоит в формировании у школьников понимания важности применения новых технологий для улучшения состояния окружающей среды и содействия устойчивому развитию.

В рамках этого раздела школьники будут ознакомлены с различными инновационными технологиями, такими как альтернативные источники энергии, методы переработки отходов, системы очистки воды и воздуха, использование наноматериалов в экологически чистых технологиях и многое другое. Они также изучат примеры успешной реализации таких технологий в различных регионах мира и их влияние на улучшение состояния окружающей среды.

Участие в данном разделе предполагает не только теоретическое изучение новейших технологий, но и практическое применение полученных знаний. Школьники будут вовлечены в проведение экспериментов, проектов и исследований, направленных на анализ эффективности и воз-

возможностей внедрения инновационных экологических технологий в различных сферах жизнедеятельности.

Кроме того, в рамках данного раздела предусмотрено участие школьников в мероприятиях, посвященных актуальным темам в области экологических инноваций, таких как конференции, семинары, встречи с экспертами и представителями инновационных компаний. Это позволит учащимся расширить свои знания, обменяться опытом и вдохновиться новыми идеями в области экологических технологий и инноваций.

3. Раздел «Экологическое образование» предназначен для активного обучения и повышения экологической осведомленности учащихся. Он направлен на изучение современных экологических проблем и принципов устойчивого развития. Конкретно в рамках данного раздела предусмотрены различные мероприятия, направленные на более глубокое понимание экологических проблем и участие в их решении. Организация экскурсий в природные заповедники и научные центры позволяет ученикам познакомиться с разнообразием экосистем и видов, а также изучить меры по их сохранению. Участие в экологических конференциях и семинарах способствует обмену опытом и новыми идеями в области экологии, а также обсуждению наиболее актуальных проблем и способов их решения. Посещение лабораторий для проведения экспериментов и исследований по вопросам экологии позволяет ученикам углубить свои знания и навыки в области анализа экологических данных, разработки новых методов защиты окружающей среды и решения экологических проблем.

4. Раздел «Природа Приморского края» посвящен изучению и сохранению уникальной экосистемы этого региона. Важность ценности природы Приморского края заключается в ее уникальности и значимости для биоразнообразия. Разнообразие ландшафтов, флоры и фауны делает этот регион уникальным объектом для научных исследований, а также местом отдыха и рекреации. Береговая линия Приморского края богата морскими ресурсами, включая разнообразные виды рыб и морских млекопитающих, что делает его важным экологическим регионом. Сохранение природы Приморского края имеет стратегическое значение для поддержания экологической устойчивости региона и его экономического развития, а также для сохранения культурного наследия и традиций местного населения.

В рамках данного раздела осуществляются разнообразные мероприятия с целью вовлечения учеников в изучение и защиту окружающей среды Приморского края. Создание местного экогида позволяет школьникам погрузиться в изучение экологически значимых мест, таких как природные заповедники, точки наблюдения за птицами и уникальные местности с разнообразными растениями. Это не только способствует обогащению их знаний о местной экосистеме, но и дает возможность создать ценный ресурс для всех, кто интересуется природой этого региона.

Проекты по защите местных видов позволяют ученикам изучать и понимать проблемы, связанные с исчезновением угрожаемых видов растений и животных. Школьники разрабатывают планы действий по сохранению этих видов, проводят мониторинг их численности и мест обитания, а также привлекают к этой проблеме внимание общественности.

Помимо этого, уроки по методам устойчивого использования ресурсов, специфичным для Приморского края, включают в себя обучение вопросам водосбережения, охраны морских и прибрежных экосистем. Это помогает ученикам осознать важность бережного отношения к природным ресурсам и способствует формированию их экологической грамотности и ответственности.

5. Раздел «Экологический патруль» представляет собой инновационную и интерактивную программу, направленную на вовлечение школьников в активную экологическую деятельность. Цель данного раздела состоит в формировании экологической осознанности, мотивации к действию и развитии практических навыков учеников в области охраны окружающей среды.

Школьники, участвующие в экологическом патруле, не просто изучают экологические проблемы, но и активно принимают участие в их решении. Они совместно проводят мероприятия по уборке мусора, озеленению территорий и обучают окружающих правилам заботы о природе. Кроме того, через игры, соревнования и создание информационных материалов, школьники участвуют в работе в команде, развивают лидерские качества и эффективные коммуникационные навыки.

Этот раздел не только помогает ученикам лучше понять важность сохранения окружающей среды, но и вдохновляет их на активное участие в создании зеленого и чистого будущего. Благодаря экологическому портфолио и участию в экологическом патруле, школьники становятся настоящими защитниками природы и образцами экологически ответственного поведения для своего общества.

Создание экологического портфолио не только способствует формированию экологической грамотности учащихся, но также развивает целый набор ценных навыков. Например, процесс самопроектирования включает в себя способность планировать и осуществлять конкретные эко-

логические инициативы, что стимулирует развитие организаторских навыков. Творческие компоненты портфолио, такие как создание фотоотчетов и инфографики, способствуют развитию творческого мышления. Учащиеся могут экспериментировать с формой и содержанием, делиться своим видением экологических проблем и путей их решения. Взаимодействие становится ключевым элементом обучения. Обмен опытом между учащимися, комментарии к проектам и вдохновение друг друга создают атмосферу сотрудничества и солидарности. Экологического портфолио не только демонстрирует индивидуальные достижения, но и служит источником вдохновения для других школьников, подталкивая их к активному участию в собственных экологических инициативах. Таким образом, создание Экологического портфолио становится не только образовательным, но и мотивационным инструментом для всего школьного сообщества.

В контексте уникальной природной обстановки Приморского края, где богатство лесов и прибрежных вод Тихого океана создают уникальные экосистемы, становится ясной неотложность задачи сохранения биоразнообразия. В условиях увеличения воздействия человека на окружающую среду и изменения климата, сохранение и устойчивое управление природными ресурсами приобретают стратегическое значение. Экологическое образование выступает важным фактором для формирования осознанного и ответственного отношения к окружающей среде. Развитие экологической образованности в Приморском крае становится стратегическим направлением для гармоничного сочетания человеческой деятельности и сохранения уникальной природы. В свете этого, внедрение экологического портфолио в образовательные программы выступает важным шагом. Экологическое портфолио становится инструментом, позволяющим учащимся систематизировать и документировать свои экологические инициативы, а также отслеживать свой вклад в сохранение окружающей среды. Это не только способ подчеркнуть важность личного вклада в природоохранную деятельность, но и создание базы знаний и опыта для будущих поколений. Развитие экологического портфолио становится неотъемлемой частью стратегии увеличения экологической образованности, содействуя созданию общества, способного эффективно реагировать на вызовы изменяющейся природной среды и стремящегося к устойчивому развитию.

1. «Об экологическом образовании, просвещении и воспитании экологической культуры в Приморском крае» Закон Приморского края [принят 5 ноября 2020 года] № 911-КЗ
2. «Удивительные растения Приморского края» А.С. Коляда, Д.А. Ключников, А.Н. Белов 2021г. 120 с.
3. Социально-экологический союз Общероссийская общественная организация. – Текст: электронный. – URL: https://rusecounion.ru/ru/spare_energysaveday

УДК 669

ИНВЕНТАРИЗАЦИЯ ОТХОДОВ ПРОИЗВОДСТВА И ПОТРЕБЛЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ ООО «МАРТЕН», г. АРТЁМ, ПРИМОРСКИЙ КРАЙ

С.В. Еланцева, бакалавр
В.Н. Макарова, преподаватель

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. *Статья содержит данные, собранные в результате прохождения производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, а именно, отчёт о проведённой инвентаризации отходов производства и потребления на предприятии ООО «Мартен», г. Артём, Приморский край.*

Ключевые слова: *отходы, металлургия, отходы производства и потребления.*

INVENTORY OF PRODUCTION AND CONSUMPTION WASTE ON THE EXAMPLE OF LLC "MARTIN", ARTYOM, PRIMORSKY KRAI

Abstract. *This article contains data collected as a result of practical training to gain professional skills and professional experience, namely, a report on the inventory of production and consumption waste at the LLC «Marten» enterprise, Artem, Primorsky region.*

Keywords: *waste, metallurgy, production and consumption waste.*

Актуальность работы обусловлена обязательностью проведения инвентаризации отходов производства и потребления, чтобы обеспечить выполнение требований природоохранного законодательства Российской Федерации. Согласно приказу Минприроды России от 18.02.2022 № 109 программу производственного экоконтроля составляют для объектов трех первых категорий НВОС. В современном индустриальном мире, где каждый день открываются новые предприятия, проведение инвентаризации отходов производства и потребления всегда будет пользоваться особым спросом.

Цель работы: провести инвентаризацию отходов производства и потребления на предприятии ООО «Мартен», г. Артём.

Задачи:

- ознакомиться с общими сведениями о предприятии;
- выявить сведения об основных образующих отходах на предприятии;
- произвести расчёты массы отходов, образующихся на предприятии.

В качестве методов исследования, использовались:

- построения графиков;
- анализы информации;
- расчетные методы на основании государственных стандартов, требованиях СанПин;
- статистические методы.

Общество с ограниченной ответственностью «Мартен»[1] находится по адресу: Приморский край, г. Артём, в районе ул. 1-я Рабочая, 16а. Юридический адрес компании расположен в г. Владивостоке, на ул. пр-кт 100-летия Владивостока, д. 54.

Общее количество сотрудников – 281 человек.

Рабочие в количестве 189 человек обеспечиваются спецодеждой и обувью:

- летний комплект массой 1200 кг – 1 комплект на год;
- зимний комплект массой 2250 кг – 1 комплект на 2 года.

При жизнедеятельности персонала образуются отходы:

– мусор от офисных и бытовых помещений организаций несортированный (исключая крупногабаритный).

Количество огнетушителей на промплощадке – 85 шт.

В результате списания огнетушителей образуются огнетушители углекислотные, утратившие потребительские свойства.

Основным профилем хозяйственной деятельности ООО «Мартен» является закупка и реализация металлопроката, изготовление изделий и конструкций из металла.

Производственная мощность предприятия: 6000 т/год.

На территорию поступает сырье в виде:

- металлические листы – 2500 т/год,
- проволока – 500 т/год,
- металлические трубы – 1000 т/год,
- металлические изделия (уголки, швеллер) – 200 т/год,
- арматура – 800 т/год.

Готовая продукция реализуется покупателю в виде:

- металлические листы – 1495 т/год,
- металлический уголок – 100 т/год,
- сетка кладочная – 495 т/год,
- металлические изделия (ограждения, элементы, проволока, профнастил) – 1000 т/год,
- арматура – 800 т/год,
- швеллер – 100 т/год,
- металлические трубы – 1000 т/год.

Изготовление (плавка) металла на территории предприятия не осуществляется.

Административно-торговый комплекс.

3-х этажное здание общей площадью 927,9 м²; 1 этаж – магазин хозяйственных материалов площадью 320,4 м², 2 и 3 этажи офисные помещения.

Перечень и количество используемой оргтехники:

- монитор – 105 ед;
- системный блок – 105 ед;
- клавиатура – 105 ед;
- манипулятор «мышь» – 105 ед.

В результате списания оргтехники образуются: мониторы компьютерные жидкокристаллические, утратившие потребительские свойства; системный блок компьютера, утративший потребительские свойства; клавиатура, манипулятор "мышь" с соединительными проводами, утратившие потребительские свойства.

Склад товаров магазина.

Площадь склада – 300 м².

В таблице ниже приведены сведения о 3-х главных образуемых отходах на предприятии [2].

Таблица 1

Сведения об основных образуемых отходах на предприятии

Наименование вида отхода	Код по ФККО	Класс опасности	Происхождение или условия образования	Агрегатное состояние и физическая форма	Вид обращения с отходом (передача на)
Аккумуляторы свинцовые отработанные неповрежденные, с электролитом	9 20 110 01 53 2	2	ТО автотранспорта и техники	Изделия, содержащие жидкость	Обезвреживание
Мусор от офисных и бытовых помещений организаций несортированный (исключая крупногабаритный)	7 33 100 01 72 4	4	Жизнедеятельность работников	Смесь твердых материалов (включая волокна) и изделий	Захоронение
Стружка черных металлов несортированная незагрязненная	3 61 212 03 22 5	5	Обработка металла	Стружка	Утилизация

В результате работы по инвентаризации отходов производства и потребления были рассчитаны нормативы образования. Расчеты 3-х главных отходов, образуемых на предприятии, приведены ниже.

1. Аккумуляторы свинцовые отработанные неповрежденные с электролитом.

На балансе предприятия находятся автотранспорт и спецтехника. В результате обслуживания и ТО образуются аккумуляторы свинцовые отработанные неповрежденные, с электролитом.

Количество отработанных АКБ (автомобильных кислотных батарей) определяется по формуле [3]:

$$N = \sum ni/Ti, \text{ шт/год}$$

где: ni – кол-во используемых АКБ i -го типа;

Ti – эксплуатационный срок службы АКБ i -ой марки.

Вес образующихся отработанных АКБ с электролитом определяется по формуле:

$$M = \sum Ni * mi * 10^{-3}, \text{ т/год}$$

где: mi – вес АКБ i -го типа с электролитом, кг;

Ni – кол-во отработанных АКБ i -й марки.

Таблица 2

Масса отработанных АКБ, т/год

Тип АКБ	Кол-во установленных АКБ, шт	Вес АКБ с электролитом, кг	Эксплуатирующий срок службы, лет	Кол-во отработанных АКБ, шт/год	Масса отработанных АКБ, тонн/год
	n_i	m_i	T_i	N	M
ALASKA	24	17,5	7	4	0,07
Solite	12	16	7	2	0,032
Alphaline	7	17	7	1	0,017
IVECO	2	12	7	1	0,012

Норматив образования отхода составит:

$$M = 0,131 \text{ т/год.}$$

2. Стружка черных металлов несортированная незагрязненная.

Образуется при обработке металла на станках. Фактическое образование отходов, согласно данным предприятия – 6,7 т/год.

Расчет выполнен на основании методической разработки[4] «Оценка количеств образующихся отходов производства и потребления», С-Петербург, 1997 г.

Количество отходов металлообработки определяется по формуле:

$$M_{\text{об.}} = Q \cdot K_{\text{об.}} / 100, \text{ т/год}$$

где: Q – количество поступающего на обработку металла, т/год;

$K_{\text{об.}}$ – норматив образования металлической стружки (обрезков), % (около 10%).

Металлообработке подвергается 5040000 кг черного металла.

Таким образом, норматив образования стружки черных металлов несортированной незагрязненной составит:

$$M_{\text{об.}} = (5040000 \cdot 10 / 100) \cdot 10^{-3} = 504 \text{ т/год}$$

Фактическое образование отходов, согласно данным предприятия – 6,7 т/год.

$$M = 6,7 + 504 = 510,7 \text{ т/год}$$

3. Мусор от офисных и бытовых помещений организаций несортированный (исключая крупногабаритный).

Образуется в результате жизнедеятельности персонала. Предельный норматив образования твердых коммунальных отходов на одного сотрудника согласно «Приказа от 4 декабря 2017 года N 365 «Об утверждении нормативов накопления твердых коммунальных отходов на территории Приморского края», составляет 156,1538 кг/год; 1,4079 м³/год на работника.

Количество ТКО, образующиеся в результате жизнедеятельности персонала, определяется по формуле [5]:

$$M_{\text{об.}} = N \cdot m, \text{ т/год}$$

где N – количество работающих человек;

m – удельная норма образования бытовых отходов на одного работающего в год м³/год (т/год).

Среднесуточная численность персонала, работающего ежедневно на территории площадки предприятия, составляет до 281 человек.

Количество ТКО, образующихся в результате жизнедеятельности персонала площадки предприятия, составляет:

$$M_{\text{об.}} = 281 \cdot 0,1561538 = 43,88 \text{ т/год}$$

$$V_{\text{об.}} = 281 \cdot 1,4079 = 395,621^3 \text{ м}^3 \text{ /год}$$

В результате проведения инвентаризации отходов производства и потребления на примере ООО «Мартен», г. Артём, Приморский край, нарушения нормативов[6-7] образования выявлено не было. Массы отходов составили:

1. Аккумуляторы свинцовые отработанные неповрежденные, с электролитом – $M = 0,131$ т/год.
2. Стружка черных металлов несортированная незагрязненная – $M = 510,7$ т/год.
3. Мусор от офисных и бытовых помещений организаций несортированный (исключая крупногабаритный) – $M_{\text{отх}} = 43,88$ т/год.

1. ООО «Мартен». – Текст: электронный // официальный сайт предприятия <https://marten-dv.ru/> (дата обращения: 13.04.2024);

2. Сборник удельных показателей образования отходов производства и потребления. ГУ НИЦПУРО. – Москва, 1999.

3. Сборник методик расчета объемов образования отходов. – Санкт-Петербург, 2000.

4. Методическая разработка «Оценка количеств образующихся отходов производства и потребления». – Санкт-Петербург, 1997 г.

5. Приказ от 4 декабря 2017 года № 365 «Об утверждении нормативов накопления твердых коммунальных отходов на территории Приморского края». – Владивосток, 2017.

6. Об отходах производства и потребления» (с изменениями): Федеральный закон от 24.06.1998 г. №89-ФЗ.

7. Симонян Л.М. Экологически чистая металлургия // Черная металлургия. – 2021. – Т. 12, № 2. – С. 17-34

ПОЧЕМУ ВАЖНО СОРТИРОВАТЬ МУСОР?

И.И. Игнатенко, бакалавр

Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия

Аннотация. Прирост населения и потребление увеличивают объемы отходов, что создает серьезные экологические проблемы. В последнее время тема сортировки мусора актуальна, так как правильное обращение с отходами производства и потребления играет важную роль в охране окружающей среды: предотвращает загрязнение, положительно влияет на сохранение природных ресурсов.

Ключевые слова: отходы, отдельный сбор, полигоны, сортировка, природные ресурсы, ТБО, ТКО, окружающая среда.

WHY IS IT IMPORTANT TO SORT GARBAGE?

Abstract. The growth of population and consumption increases the amount of wastes and in its turn causes serious ecological mail, problems. This issue has recently become actual because the proper treatment to industrial wastes and consumption plays an important role in environmental protection and therefore has a positive effect saving natural resources.

Keywords: wastes, separate sorting, landfill, sorting, SDW-solid waste, MSW-household, environment, natural resources.

Цель: выявить влияние грамотной сортировки мусора на окружающую среду и на сохранение природных ресурсов.

Задачи:

1. Изучение и анализ литературы по теме исследования.
 2. Работа по выявлению групп, на которые делятся бытовые отходы, зачем нужно собирать мусор отдельно.
 2. Изучение вопроса о влиянии отдельного сбора мусора на окружающую среду.
 3. Проведение анкетирования-опроса по теме исследования.
- Для проведения исследования о сортировке мусора использовался комплексный подход.

В ходе написания статьи применялись следующие методы:

- отбор текстового материала;
- анализ и синтез источников информации;
- сравнение различных научных позиций по проблеме исследования;
- обобщение полученных теоретических и практических знаний.

Среди учащихся 9-х классов МБОУ «СОШ 10 с углубленным изучением английского языка» НГО был проведен опрос с целью выявления уровня знаний и практического применения методов сортировки мусора, включающий в себя следующие вопросы:

- Знаете ли вы, что такое отдельный сбор мусора?** (Да / Нет)
Собираете ли вы мусор отдельно? (Да / Нет)
Знакомы ли вы с маркировкой «Петля Мебиуса»? (Да / Нет)

Было опрошено 27 человек, результаты представлены в таблице.

Таблица

Результаты опроса школьников

№ вопроса	Количество ответов «Да»	Количество ответов «Нет»
1	27	0
2	18	9
3	5	22

Из результатов таблицы видим, что о раздельном сборе мусора знают все, применяют метод сортировки мусора – 18. Среди опрошенных – те, кто не уверен, что сортирует правильно. На третий вопрос только 5 ответили утвердительно.

В результате исследований было установлено, что большинство опрошенных осознают важность сортировки мусора, однако не все из них правильно разделяют отходы на соответствующие категории. Основные причины, указанные респондентами, включают в себя недостаток информации о правилах сортировки, неудобство процесса и отсутствие мотивации.

Вывод: необходимо больше информировать учащихся школ о сортировке и последующей утилизации отходов.

Размещение отходов сначала на свалках, а затем на полигонах имеет многовековую историю. Свалки еще с доисторических времен являлись неперенными спутниками населенных мест. Отходы не удалялись за пределы городов, а выбрасывались рядом с жильем. В результате улицы многих средневековых европейских городов (Париж, Берлин, Лондон) вплоть до XVI–XVII вв. были покрыты толстым слоем отходов. Слой отходов на немошеных улицах был так велик, что передвигаться по ним можно было только в деревянных башмаках на толстой подошве или на ходулях [1, с. 5].

В настоящее время проблема с отходами актуальна, в России она близка к критической: по всей стране на полигоны и свалки в год вывозится более 40 миллионов тонн отходов. По данным Счетной палаты, в РФ более 90% отходов отправляется на полигоны, при этом вторичных ресурсов перерабатывается не более 7%. Поэтому необходима большая площадь, чтобы хранить такое количество мусора. Таким образом, полигоны быстро наполняются, приходится расширять имеющиеся или строить новые, в некоторых местах появляются несанкционированные свалки, что в свою очередь могут стать прямой или косвенной причиной техногенной катастрофы. Наглядным примером может служить авиакатастрофа, которая произошла 15 августа 2019 года под г. Жуковский, когда птицы с несанкционированной свалки стали причиной отказа обоих двигателей самолета А-321, экстренно приземлившегося посреди кукурузного поля [2].

Правильная сортировка отходов и разумное потребление (образ жизни, построенный на заботе об экологии и ответственном отношении к окружающей среде; означает: бережно и рационально относиться к расходованию воды и электроэнергии, не покупать пластиковые пакеты, сортировать мусор и многое другое) поможет решить проблему быстрого заполнения мусорных полигонов и появления несанкционированных свалок.

Для полигонов ТБО (твердых бытовых отходов) раздельный сбор мусора имеет множество преимуществ.

Во-первых, данный подход позволяет значительно сократить объем отходов, попадающих на полигон. Путем распределения отходов по типам (например, бумага, пластик, стекло, металл) и органическим отходам можно отдельно сортировать и утилизировать каждую категорию. Это позволяет избежать необходимости создания новых полигонов и увеличивает их срок службы.

Во-вторых, раздельный сбор мусора способствует лучшей его переработке. Отделение разных типов отходов позволяет точнее оценить их состав и пригодность для переработки. Такой подход позволяет избежать ситуации, когда весь мусор с полигона попадает на свалку или сжигается, не проходя переработку. Вместо этого раздельно собранные отходы могут быть переработаны и повторно использованы в качестве сырья.

Таким образом, идеальным решением проблемы увеличивающегося количества отходов является использование отходов как сырья и продуктов его переработки, а это означает внедрение раздельного (селективного) сбора ценных компонентов ТБО.

Вторичными ресурсами могут служить отходы производства и потребления, образующиеся в народном хозяйстве. Отходы производства – это остатки сырья, материалов, полуфабрикатов, утратившие полностью или частично исходные потребительские свойства, а отходы потребления – это изделия и материалы, утратившие нужные свойства ввиду физического или морального износа [3, с. 41].

После полного первоначального использования могут применяться повторно в производстве как вторичное сырье:

- бумага (газеты, журналы, рекламные листовки, книги, бумажные пакеты, коробки и упаковка, картон);
- стекло (стеклянные бутылки, банки, фарфор, керамика, зеркало, стекло);
- пластик (пластиковые бутылки и упаковка для бытовой химии, одноразовая посуда, пенопласт, пластмасса);

– металл (алюминиевые и консервные банки, тара для красок и аэрозолей, металлическая посуда и изделия) [1, стр. 33].

Выбрасывая мусор, люди не задумываются о том, что некоторые компоненты могут быть использованы вторично. Полиэтилен – это полимер со стабильными механическими свойствами. Его вторичная переработка позволяет получать ценное полимерное сырье для различных отраслей промышленности и строительства. Стеклоянная бутылка пролежит на полигоне сотни лет, так как производится из кварцевого песка и поэтому очень устойчива к агрессивным средам, а могла обрести «вторую жизнь» при переработке [1, стр. 33].

В наше время процесс раздельного сбора мусора становится все более актуальным. Все отходы можно разделить на два вида: перерабатываемые и не перерабатываемые. Раздельный сбор предполагает разделение отходов по типам: пластик, стекло, бумага, металл и органический мусор. Такая классификация позволяет проводить последующую переработку материалов и повторно использовать их в производстве новых товаров. Кроме того, раздельный сбор способствует экономии природных ресурсов и энергии. Осуществление раздельного сбора мусора требует активного участия каждого человека. Правильно организованные контейнеры для раздельной утилизации должны быть доступны всем жителям населенного пункта. Для этого необходимо проводить информационные кампании и обучать население правилам раздельного сбора. Кроме того, важно создавать условия для переработки отходов и поддерживать работу специализированных предприятий.

Раздельный сбор мусора играет важную роль в охране окружающей среды. Отделяя пластик, стекло, бумагу и другие материалы от общего мусора, мы помогаем сократить количество отходов, отправляющихся на полигоны. Этот процесс позволяет эффективнее использовать ресурсы и снизить негативное воздействие на окружающую среду (способствует сокращению выбросов парниковых газов и уменьшению загрязнения воды и почвы).

Раздельный сбор мусора также помогает сократить использование энергии и воды при переработке отходов. Переработка алюминия из вторичного сырья требует гораздо меньше энергии, чем его добыча из руды. Таким образом, раздельный сбор мусора позволяет эффективнее использовать природные ресурсы и сокращать негативное влияние на окружающую среду.

Существует несколько эффективных методов организации раздельного сбора мусора, которые помогают повысить рентабельность этого процесса и способствуют более продуктивной переработке отходов. Один из таких методов – использование специальных контейнеров для раздельного сбора. Эти контейнеры могут быть различных цветов, и помечены символами, чтобы обозначить, какой вид мусора в них можно выбрасывать. Контейнеры синего цвета предназначены для сбора бумаги и картонных упаковок, а контейнеры зеленого цвета – для пластика и металла. Такая система помогает жителям быстро и легко определить, куда выбросить мусор, а работникам службы раздельного сбора упростить процесс сортировки в перерабатывающих предприятиях.

Другим методом организации раздельного сбора мусора является использование специальных маркированных мешков, которые выделяются для каждого вида отходов. В одном маркированном мешке можно собирать пластиковые предметы, в другом – стеклянные. Такая система позволяет легко разделить мусор сразу в момент его выброса и избежать путаницы и ошибок при сортировке отходов на перерабатывающих предприятиях.

Реализация раздельного сбора мусора в значительной степени зависит от активной роли общества. Понимание необходимости и преимуществ такого сбора, чтобы достичь максимальной эффективности, должно проникнуть в каждого члена общества. Первоочередной задачей является информационное просвещение населения о раздельном сборе мусора, его целях и правильной сортировке отходов.

Общество имеет возможность поддержать раздельный сбор мусора через активное участие в различных экологических мероприятиях: в местных субботниках и акциях по очистке территории от мусора, а также волонтерских проектах.

В 2019 году начались серьезные изменения в системе обращения с твердыми коммунальными отходами (ТКО). Этот процесс называют «мусорной реформой». Постепенная реформа отрасли обращения с отходами проходит в нашей стране уже пятый год в рамках национального проекта «Экология», который реализуется по решению Президента РФ Владимира Путина. Создание условий для раздельного сбора мусора и его вторичной переработки – одна из важнейших среди предусмотренных мер. Согласно показателям нацпроекта, на переработку к 2024 году должно быть отправлено 36% бытового мусора вместо 7% в 2019 году. Цель к 2030 году – сортировка

100% объема отходов и снижение на 50% отходов, которые направляются на полигоны. На сегодняшний день Россия по обращению с отходами существенно опережает план, заложенный в нацпроекте. По итогам 2023 года в стране сортируется уже больше половины мусора – 52,7%, утилизируются почти 13%. Лидером «зеленого рейтинга» – рейтинга регионов по созданию комплексной системы обращения с твердыми коммунальными отходами (ТКО) – в 2023 году остались Москва и Московская область, далее следуют Тульская и Нижегородская области, а также Ставропольский край и Удмуртия.

Во многих городах России контейнеры для раздельного сбора мусора появились задолго до «мусорной реформы», так в г. Чебоксары в 2010 г. стартовал эксперимент по раздельному сбору мусора, где объем захораниваемых на полигоне ТБО сократился в результате на 8%.

В городах Приморского края раздельный сбор мусора стал одной из важных задач в области экологии. Здесь произошел переход на раздельную систему сбора твердых коммунальных отходов – на дуальную систему, которая предполагает разделение отходов на два вида: первый – «перерабатываемые» отходы, потенциальное вторсырье (пластиковые бутылки, флаконы, канистры, алюминиевая, жестяная и стеклянная тара) – для этого по городу установили контейнеры-сетки оранжевого цвета; второй поток – «не перерабатываемые» отходы, состоящие из пищевых отходов и прочих твердых коммунальных отходов, для этих отходов по городу стоят привычные контейнеры. Мусор с оранжевых контейнеров забирают машины «ПЭО» (Приморский экологический оператор) и отвозят на мусоросортировочный комплекс. Отсортированное вторсырье отправится на специализированные предприятия по их переработке. Также в некоторых городах Приморского края установлены отдельные контейнеры для раздельного сбора мусора, который осуществляется путем разделения его на несколько категорий, таких как бумага, пластик, стекло и металл.

Необходимо понимать, что сортировка мусора начинается не с выброса отходов в мусорное ведро, а во время покупки товаров в магазине. Мало кто из нас обращает внимание на значок, расположенный на упаковке – это петля Мебиуса (знак представляет собой три стрелки, образующие треугольник). Петлю Мебиуса можно увидеть на многих упаковках современных товаров. Основная задача маркировки петель Мебиуса – предоставление информации, что данная упаковка подлежит вторичной переработке. Внутри петли Мебиуса расположены цифры. Например, пластик обозначают от 1 до 7. Именно цифры и указывают, пригодна ли данная упаковка для переработки. В настоящее время в России переработке подвергаются упаковки с цифрами 1, 2, 4, 5 и 6, а вот пластик с маркировкой 3 и 7 пока не перерабатывается.

Стекло не маркируют, как пластик, однако оно тоже может быть разным по составу. Для вторичной переработки подходят предметы, для создания которых использовались только песок, сода и известь. Таким образом, вторсырьем могут стать банки (в том числе из-под лекарств и детского питания), бутылки и флаконы. А вот автомобильные, оконные и каминные стекла, хрусталь на свинцовой основе, лампы, керамика, кинескопы и другие подобные специализированные изделия – это не перерабатываемые отходы.

Что касается сбора макулатуры, то для вторичного использования подойдут книги, газеты, журналы, тетради, картон. Но на переработку не примут салфетки и бумажные носовые платки, бумажную посуду, сигаретные пачки, ламинированную бумагу и фотобумагу.

Что касается металлов, то на переработку подойдут алюминиевые и жестяные упаковки от продуктов: банки от напитков, консервов, детского питания, железные крышки. А вот фольгу в качестве вторсырья не примут.

Ни для кого не секрет, что большую часть отходов занимает пластик – это бутылки, контейнеры, пакеты, одноразовая посуда. Среднее время разложения пластмассовых изделий, созданных по разным технологиям, колеблется от 400 до 700 лет. Полиэтиленовые пакеты, которые повсеместно используются людьми, в природе разлагаются от 100 до 200 лет. Но при этом их можно полностью переработать, то есть сделать новые бутылки, одноразовую посуду, пишущие ручки и многое другое.

Из вышесказанного следует: раздельный сбор мусора позволяет:

- значительно сократить площади, отводимые под свалки, экономить природные ресурсы, часто невозполнимые (металлические и другие полезные ископаемые);
- сократить количество вредных веществ, поступающих в окружающую среду при разложении отходов;

– снизить себестоимость продукции, производимой с применением вторичного сырья. При вторичной переработке пластиковых отходов можно получить напольное покрытие, черепицу, пластиковые трубы, цветочные горшки и многое другое [1, с. 34].

Таким образом, можно сделать вывод, что раздельный сбор мусора – один из наиболее прогрессивных способов утилизации отходов

В нашей стране все чаще и чаще появляются различные экологические акции, одна из них – «Добрые крышечки». Это российский эколого-благотворительный волонтерский проект, имеющий двойную цель: сделать наш мир чище и помочь детям, которым нужна поддержка. Именно сбор пластиковых крышечек может для кого-то из нас стать первым шагом в мир раздельных отходов.

Каждый из нас способен внести значительный вклад в организацию раздельного сбора отходов. Для этого необходимо установить дома контейнеры для каждого вида мусора: бумажного, стеклянного, металлического, пластикового. По мере заполнения контейнеров, накопленный мусор на вторичную переработку. Такой мусор можно сдать в специальные пункты приёма вторсырья или в контейнеры для отдельных видов отходов. Следует понимать, что перед сдачей «мусор» необходимо подготовить.

Общие правила по сортировке вторсырья:

- храните органические отходы и вторсырьё в разных пакетах;
- промывайте тару от остатков пищи, удаляйте этикетку, крышку;
- сплющивайте тетрапакеты, металлические банки, скручивайте бутылки из пластика – так они займут меньше места;
- собирайте отдельно пластиковые крышки.
- собранную бумагу освободите от скрепок, скоб и верёвок. Не рвите макулатуру – это портит её структуру и снижает качество выходного сырья. Лучше спрессуйте, так она займёт меньше места.

Не сделав всего этого, вы погубите свой труд по сортировке, потому что в грязном и, что называется, «неразобранном» виде отходы на переработку у вас не примут.

Практикуя селективный сбор отходов, вы сможете:

Возвращать в производственный цикл ценное сырьё, сохранив тем самым природные ресурсы и снизив экологическую нагрузку на их добычу и переработку. Раздельный сбор улучшает условия для переработки отходов – позволяет выделить чистый материал от остатков пищи или других загрязнений, а это в свою очередь положительно влияет на сохранение природных ресурсов. Например, изготавливая бумагу из макулатуры, спасаем от вырубки деревья, которые идут на производство целлюлозы с нуля.

Сократить объем отходов, которые гниют на полигонах. Правильная сортировка позволяет уменьшить объем отходов, которые попадают на полигоны ТБО. Таким образом, полигоны «растут» медленнее, новые открываются реже – уменьшается негативное влияние на окружающую среду.

Выводы и заключение: Исследование подтверждает важность проблемы сортировки мусора и необходимость проведения образовательной работы с населением. Программы по разъяснению правил сортировки и последующей утилизации могут эффективно снизить негативное воздействие на окружающую среду и повысить степень повторного использования ресурсов.

Таким образом, грамотная сортировка мусора является одним из ключевых аспектов решения экологических проблем современного общества, что положительно влияет на сохранение природных ресурсов и смягчает негативное влияние на окружающую среду.

Рекомендации:

- запускать больше различных программ и акций по разъяснению правил сортировки и последующей утилизации отходов (интерпретация данных показывает, что образовательные кампании и информационные ресурсы о сортировке мусора имеют большое значение для повышения осведомленности населения и стимулирования правильного поведения в отношении обращения с отходами);
- оснастить население необходимым количеством мусоросборочных контейнеров;
- установить в городах больше цветных контейнеров для раздельного сбора;
- в школах с начальных классов проводить мероприятия, направленные на изучение грамотной сортировки отходов.

1. Отходы производства и потребления: учебно-методическое пособие / сост. С.Ю. Огородникова. – Киров: ООО «Типография «Старая Вятка», 2012. – 94 с.: ил. – (Серия тематических сборников и DVD-дисков «Экологическая мозаика». Сборник 4).

2. Сетевое издание научный Интернет-журнал «Отходы и ресурсы». – Текст: электронный. – URL: <https://resources.today/>.

3. Касимов А.М., Семенов В.Т., Щербань Н.Г., Мясоедов В.В. Современные проблемы и решения в системе управления опасными отходами. – Харьков: ХНАГХ, 2008. – 510 с.

4. Законодательное собрание Приморского края. – Текст: электронный. – URL: <http://monitoring.zspk.gov.ru/>.

5. Об охране окружающей среды: Федеральный закон от 10.01.2002 № 7-ФЗ (ред. от 26.03.2022) // СПС Консорциум «Кодекс». – Текст: электронный. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/901808297>.

УДК 504.6

ИНВЕНТАРИЗАЦИЯ ОТХОДОВ ПРОИЗВОДСТВА И ПОТРЕБЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ АО «ДРСК»

А.С. Корчинова, бакалавр
Е.В. Тарасова, канд. геогр. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Аннотация. В настоящей работе проведена инвентаризация отходов производства и потребления предприятия энергетической отрасли (на примере предприятия АО «ДРСК» «Приморские электрические сети»). Определены виды отходов производства и потребления, их классы опасности и порядковый номер по ФККО. А также проанализирована система управления отходами на предприятии.

Ключевые слова: отходы производства и потребления, виды отходов, класс опасности, ФККО, инвентаризация.

INVENTORY OF PRODUCTION AND CONSUMPTION WASTE AT THE ENTERPRISE OF JSC "DRSK"

Abstract. In this work, an inventory of production and consumption waste of an energy industry enterprise has been carried out (using the example of the enterprise JSC "DRSK" "Primorsky Electric Networks"). The types of production and consumption waste, their hazard classes and the serial number according to the FCCO are determined. The waste management system at the enterprise was also analyzed.

Keywords: production and consumption waste, types of waste, hazard class, FCCO, inventory.

Функционирование любого предприятия предполагает образование и накопление большого количества отходов. Объёмы зависят от размеров предприятия, вида деятельности предприятия, количества сотрудников и многих других факторов. Часть отходов подвергаются вторичной переработке, а также их допустимо использовать для других технологических процессов, но большая часть не подлежат переработке и требует правильной утилизации.

Основной объём бытовых и промышленных отходов, которые не подвергаются какой-либо переработке или вторичному использованию, размещаются на полигонах хранения, санкционированных и несанкционированных свалках, скапливаются на территориях промышленных предприятий.

Выше перечисленные действия усложняют и усугубляют общую экологическую ситуацию, а также часто несут за собой экономический ущерб.

Целью моей работы является инвентаризация отходов производства и потребления на предприятии АО «ДРСК».

В связи с целью, поставлены следующие задачи:

1. Определить источники образования отходов;
2. Выявить виды отходов, а также их код в ФККО;
3. Проанализировать структуру отходов по классам опасности.

Основной вид деятельности АО «ДРСК» «Приморские электрические сети» – это передача электроэнергии и технологическое присоединение к распределительным электросетям.

Производственная деятельность АО «ДРСК» «Приморские электрические сети» рассматривается на промплощадке, которая располагается по адресу: г. Владивосток, ул. Командорская, 13А.

Общая площадь промплощадки предприятия составляет 1,2993 га. В том числе площадь, занятая под зданиями и сооружениями – 0,289 га; площадь твердых покрытий (асфальт), с которых осуществляется смет – 0,6883 га; площадь озеленения – 0,062 га; площадь грунтовых покрытий – 0,26 га. На территории площадки расположены: проходная, административное здание №1, АБК-2 и АБК-3, помещение охраны, трансформаторный пункт, тепловой пункт, операторская, парковка личного автотранспорта сотрудников и оперативных машин, холодный склад.

Численность персонала 300 человек.

В результате производственной деятельности предприятия образуется 8 отходов I, III и IV классов опасности. Из которых 1 отход – I класса опасности, 1 отход – III класса опасности и 6 отходов – IV класса опасности.

Таблица

Виды отходов, образующихся на предприятии АО «ДРСК»

I класс опасности	– Лампы ртутные, ртутнокварцевые, люминесцентные, утратившие потребительские свойства (Код: 4 71 101 01 52 1)
III класс опасности	– Всплывшие нефтепродукты из нефтеловушек и аналогичных сооружений (Код: 4 06 350 01 31 3)
IV класс опасности	– Смет с территории предприятия малоопасный (Код: 7 33 390 01 71 4); – Мусор от офисных и бытовых помещений организации несортированный (исключая крупногабаритный) (Код: 7 33 100 01 72 4); – Мусор и смет от уборки складских помещений малоопасный (Код: 7 33 220 01 72 4); – Картриджи печатающих устройств с содержанием тонера менее 7% отработанные (Код: 4 81 203 02 52 4); – Клавиатура, манипулятор «мышь» с соединительными проводами, утратившие потребительские свойства (Код: 4 81 204 01 52 4); – Осадок механической очистки нефтесодержащих сточных вод, содержащий нефтепродукты в количестве менее 15 % (Код: 7 23 102 02 39 4)

Инвентаризация отходов производства и потребления – это сбор и систематизация сведений о материалах, веществах и продуктах, которые становятся отходами в процессе хозяйственной деятельности.

В ходе проведения инвентаризации выявлено, что предприятие образует 87,85114 т/год отходов. Из них на I класс опасности приходится 0,10414 т/год или 0,12 % от общего количества отходов на предприятии, на III класс опасности – 0,006 т/год или 0,01 % и IV класс опасности – 87,741 т/год или 99,87 % (рис. 1).

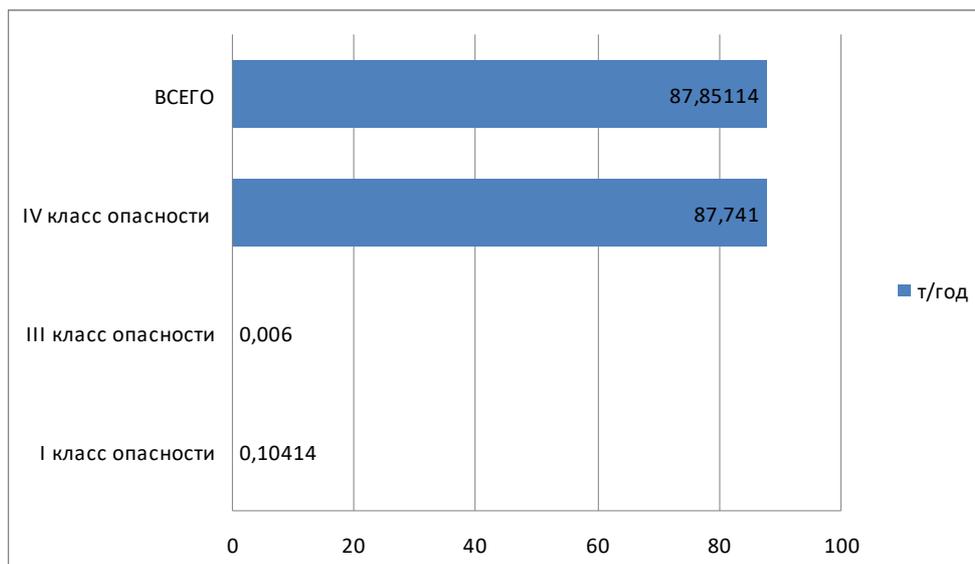


Рис. 1. Количество отходов, т/год

Отход I класса опасности – это Лампы ртутные, ртутнокварцевые, люминесцентные, утрачившие потребительские свойства. Образуется на предприятии в количестве 534 шт, что составляет 12% от общего количества отходов или 0,10414 т/год, что составляет 0,12% (рис. 1). Этот вид является наиболее токсичной группой опасных отходов, они могут нанести большой вред окружающей среде и людям.

На территории предприятия имеется автомойка. На ней осуществляется мойка автотранспорта. Расход воды составляет 7,5 м3/месяц. Сброс воды осуществляется через систему накопительных колодцев в городской коллектор. При очистке накопительных колодцев перед сбросом воды в коллектор образуется отход III класс опасности – это Всплывшие нефтепродукты из нефтеловушек и аналогичных сооружений. Данный отход образуется в количестве 0,006 т/год (или 0,01% от общего количества отходов).

Больше всего на предприятии АО «ДРСК» образуется отходов IV класса опасности, 87,741 т/год (рис. 2). Отходы IV класса составляют 75% (рис. 1) от общего количества отходов на предприятии (рис. 1). Из них большая доля – Смет с территории предприятия малоопасный – 34,42 т/год (рис. 2) или 39,36% от отходов IV класса опасности. Немного меньше приходится на Мусор от офисных и бытовых помещений организаций несортированный (исключая крупногабаритный) – 30,0 т/год (рис. 2) или 34,31% от отходов IV класса опасности. А также – Мусор и смет от уборки складских помещений малоопасный – 22,93 т/год (рис. 2) или 26,22% от отходов IV класса опасности. На остальные отходы приходится 0,441 т/год (рис. 2) или 0,46%.

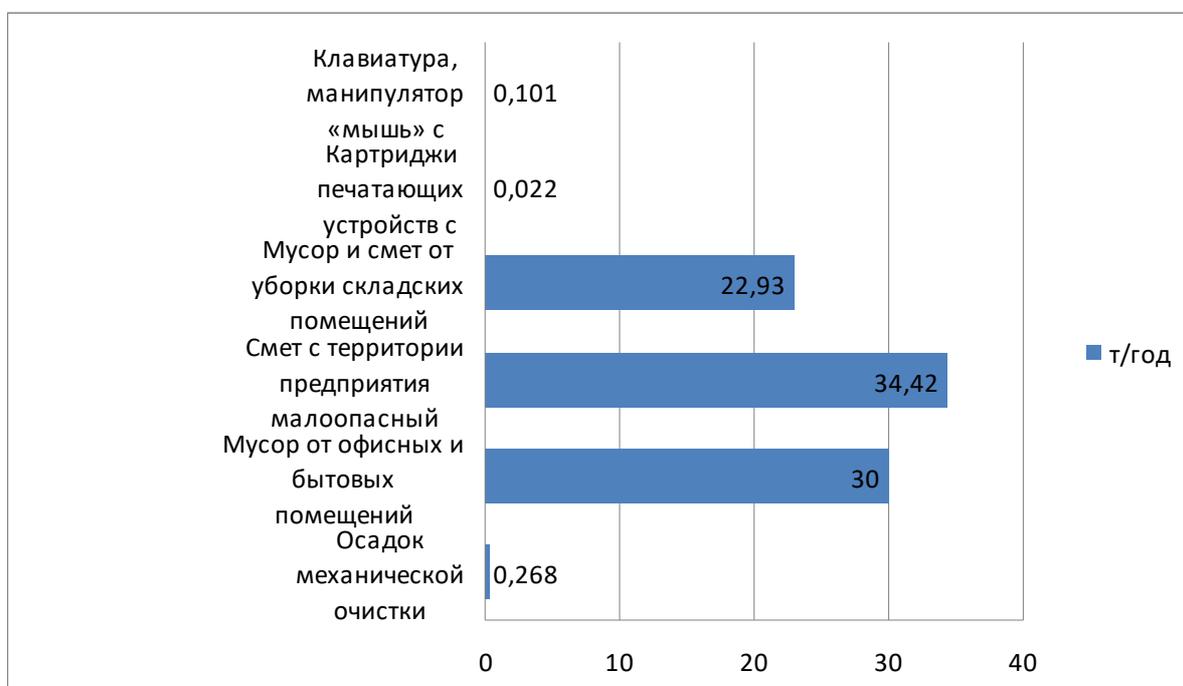


Рис. 2. Образование отходов IV класса опасности, т/год

На территории АО «ДРСК» «Приморские электрические сети», в том числе Управление АО «ДРСК» не производится захоронение и обезвреживание отходов производства и потребления, а также собственных полигонов и хранилищ отходов. Перечисленная деятельность осуществляется специализированными организациями в соответствии с договорами.

В результате проведенного исследования:

1. Проведена инвентаризация отходов производства и потребления на предприятии АО «ДРСК» «Приморские электрические сети»

Установлено, что на предприятии образуется 87,85114 т/год отходов.

2. Проанализирована система управления отходами на предприятии, установлено, что в результате деятельности предприятия образуются отходы I, III и IV классов опасности. 1 отход I класса опасности (12,5%), 1 – к III классу (12,5%), 6 относятся к IV классу (75%). Большую часть образуют отходы IV класса – 75% от общего количества. Меньшую часть – отходы I и III класса – 25% (рис. 3).

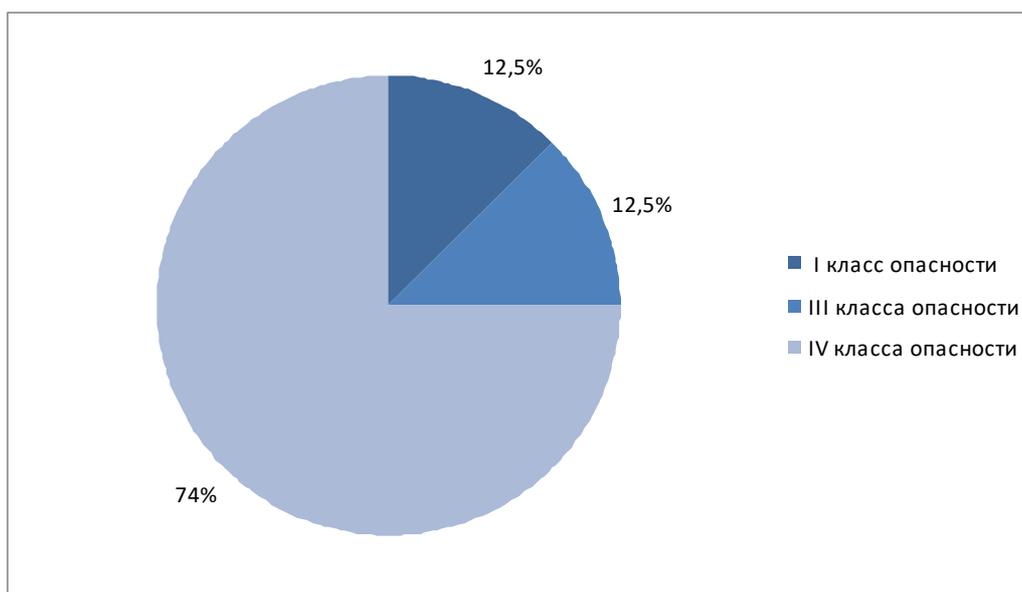


Рис. 3. Распределение отходов по классам опасности, %

1. Федеральный закон РФ «Об отходах производства и потребления» от 24.06.1998г. №89-ФЗ – Текст: электронный. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19109/ (дата обращения: 20.03.2024).

2. Федеральный закон РФ «Об отходах производства и потребления» от 24.06.1998г. №89-ФЗ – Текст: электронный. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34823/ (дата обращения: 15.03.2024).

3. Основы законодательства в области обращения с отходами в РФ – Текст: электронный. – URL: <https://spb-institute.ru>

4. Инструкция по обращению с отходами в ОАО «ДРСК» И-СЭМ-4.4.6-01.08-640-01 – Текст: электронный. – URL: <http://drsk.ru/source/files/content/2016/40.pdf>

5. Дальневосточная распределительная сетевая компания, сайт компании АО «ДРСК» – Текст: электронный. – URL: <http://drsk.ru>

6. Классификация твердых отходов и определение критериев отнесения опасных отходов к классу опасности для окружающей среды – Текст: электронный // Studfile. – URL: <https://studfile.net/preview/9981549/page:2/>

УДК 504

РАСЧЕТ НОРМАТИВОВ ПРЕДЕЛЬНО ДОПУСТИМЫХ ВЫБРОСОВ В АТМОСФЕРУ И АНАЛИЗ ПОЛЯ РАССЕИВАНИЯ КОНЦЕНТРАЦИЙ ЗАГРЯЗНЯЮЩИХ ВЕЩЕСТВ НА ПРИМЕРЕ ПРЕОБРАЖЕНСКОЙ БАЗЫ ТРАЛОВОГО ФЛОТА, пгт. ПРЕОБРАЖЕНИЕ

И.А. Лапшин, бакалавр
И.Ю. Гриванов, преподаватель

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Аннотация. Установление предельно допустимых выбросов в атмосферу необходимо для установления допустимого воздействия на окружающую среду и сохранения благоприятной экологической ситуации в районе расположения объекта хозяйственной деятельности. В данной статье рассматривается деятельность, связанная с хлебопекарной продукцией и кондитерскими изделиями.

Ключевые слова: атмосферный воздух, выбросы, источники загрязнения, классы опасности, приземные концентрации.

CALCULATION OF STANDARDS FOR MAXIMUM PERMISSIBLE EMISSIONS INTO THE ATMOSPHERE AND ANALYSIS OF THE DISPERSION FIELD OF CONCENTRATIONS OF POLLUTANTS ON THE EXAMPLE OF THE PREOBRAZHENSKAYA BASE OF THE TRAWL FLEET, VII. PREOBRAZHENIE

***Abstract.** The establishment of maximum permissible emissions into the atmosphere is necessary to establish an acceptable impact on the environment and maintain a favorable environmental situation in the area of the location of the object of economic activity. This article discusses the activities related to bakery products and confectionery.*

***Keywords:** atmospheric air, emissions, sources of pollution, hazard classes, surface concentrations.*

Согласно Конституции Российской Федерации, каждый имеет право на жизнь (ст. 20) и право на благоприятную окружающую среду (ст. 42) [1]. Благополучная окружающая среда-это " среда, гарантирующая устойчивое функционирование природных экосистем, природных и природно-антропогенных объектов"[2].

Все промышленные предприятия региона в процессе своей деятельности выбрасывают в воздух большое количество загрязняющих веществ (ЗВ). При этом может случиться так, что суммарная концентрация загрязняющих веществ в воздухе превышает ПДК, но концентрация загрязняющих веществ, выбрасываемых в воздух отдельными предприятиями, не превышает ПДК. В этом случае данные предприятия не нарушают законодательных норм, а значит, не могут быть официально наказаны. Однако снижение концентрации загрязняющих веществ в воздухе, несомненно, актуально, ведь если концентрация загрязняющих веществ в воздухе превысит ПДК, это скажется на жизни и здоровье жителей любой промышленной зоны. Совместные усилия предприятий и руководителей городских и районных администраций могут обеспечить качество окружающей среды в промышленных зонах.

В настоящее время нормативная база и методы расчетов в области охраны атмосферного воздуха продолжают развиваться, вводятся новые требования и изменения. К ним относятся порядок инвентаризации выбросов вредных веществ в атмосферу, организация и проведение расчетов загрязнения воздуха, формирование рекомендаций по нормативам ПДВ, определение циклов производственного контроля за соблюдением установленных нормативов выбросов, определение ограничений выбросов при неблагоприятных метеоусловиях.

Научная новизна работы заключается в следующем:

Предложена новая методика, выражающая зависимость между процессом принятия решений по управлению производством и процессом управления загрязнением воздуха в городских поселениях, учитывающая вклад каждого источника загрязнения воздуха на предприятии, с целью снижения суммарных выбросов в атмосферу.

Практическая значимость: Определение допустимого негативного воздействия на атмосферу является одним из основных условий поддержания благоприятной экологической обстановки в городских поселениях.

Цель работы: определить уровень загрязнения атмосферного воздуха вредными веществами, выбрасываемыми с территории кондитерских предприятий. Для реализации поставленной цели необходимо решить ряд нескольких задач:

- 1) инвентаризация источников выбросов загрязняющих веществ;
- 2) оценка выбросов загрязняющих веществ в атмосферу от источников на территории завода;
- 3) оценка воздействия выбросов загрязняющих веществ на атмосферу;
- 4) установление нормативов допустимых выбросов.

Для решения этих задач были проведены следующие исследования:

- 1) инвентаризация источников выбросов загрязняющих веществ;
- 2) количественная оценка выбросов загрязняющих веществ;
- 3) расчет доменов рассеивания для концентраций загрязняющих веществ; и
- 4) разработка нормативов допустимых выбросов.

Предметом данного исследования является деятельность ПАО «ПБТФ».

Основной вид деятельности: рыболовство морское, судоремонт, производство строительных материалов Добыча и переработка неметаллических полезных ископаемых.

Местонахождение указанной в статье промзоны: улица Подгорная, 28, микрорайон Преображение, Лазовский район, Приморский край.

Транспортные средства компании хранятся в гараже на второй площадке (автостоянка). Электроснабжение, водоснабжение и водоотведение завода осуществляется централизованно.

Отопление – собственная котельная.

Предприятие работает 24 часа в сутки, 7 дней в неделю, 365 дней в году.

Предприятие имеет семь структурных подразделений.

К организованным источникам загрязнения воздуха относятся источники загрязнения воздуха, выбрасывающие опасные вещества через специально установленное оборудование [4]. К неорганизованным источникам также относятся источники, выбросы которых поступают в атмосферу в виде ненаправленных воздушных потоков [4].

В 2014 году Федеральный закон № 7-ФЗ "Об охране окружающей среды" классифицировал все предприятия по степени их негативного воздействия на окружающую среду (далее – НВОС) [5]. В настоящее время все предприятия делятся на четыре категории:

- 1) оказывать значительное негативное воздействие на окружающую среду; или
- 2) умеренное негативное воздействие на окружающую среду; или
- 3) незначительное негативное воздействие на окружающую среду;
- 4) незначительное негативное воздействие на окружающую среду
- 5) оказывают минимальное негативное воздействие на окружающую среду;

Расчет категорий предприятий произведен на основании документа «Методическое пособие по расчету, нормированию и контролю выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух (Дополненное и переработанное), ОАО НИИ Атмосфера», СПб., 2012 [6].

Необходимость выявления категорий экономических субъектов

а) определить степень их влияния на качество воздуха; и
 б) оценить общую экологическую безопасность города с точки зрения выбросов и загрязнения воздуха;

в) принимать решения по охране окружающей среды при разработке концепций развития городов и промышленных территорий

г) определять периодичность и степень государственного контроля за проведением мероприятий по охране атмосферного воздуха хозяйствующими субъектами и другими лицами.

Категории хозяйствующих субъектов были определены на основании расчетов рассеивания выбросов, выполненных по Единой программе расчетов загрязнения атмосферы [7].

Результаты расчетов показали, что исследуемые предприятия относятся к третьей категории предприятий, оказывающих неблагоприятное воздействие на качество атмосферного воздуха.

К третьей категории относятся предприятия, выбросы которых оказывают существенное влияние на качество атмосферного воздуха, но не превышают ПДК в жилых районах и не более 0,8 ПДК в районах с повышенными экологическими требованиями. Для таких предприятий требуется расчет загрязнения воздуха, но природоохранные мероприятия не нужны, и нормы ПДК могут быть установлены на уровне существующих выбросов.

Распределение выбросов по структурным подразделениям показано на рис. 1.

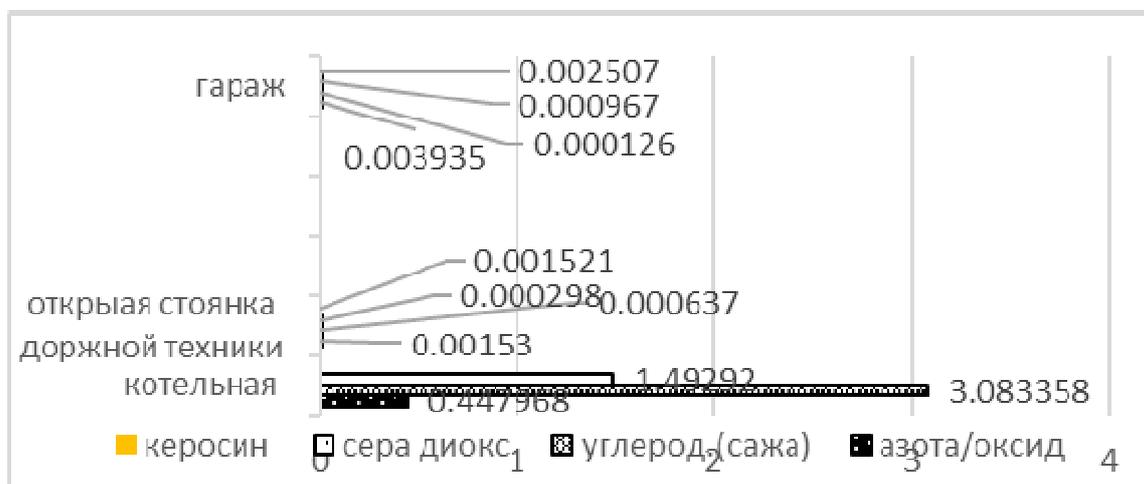


Рис. 1. Распределение выбросов по структурным подразделениям ПАО «ПБТФ»., т/год

Всеми 3 источниками выбросов площадки №2 ПАО «ПБТФ» в атмосферу выбрасывается 10 загрязняющих веществ в количестве 20,283985т/год.

Долевое распределение показано в табл. 1

Таблица 1

Долевое распределение выбросов по структурным подразделениям

№ п/п	Структурные подразделения	Доля, %
1	Котельная	97,23
2	Гараж	1,63
3	Открытая стоянка дорожной техники	1,14
4	Мастерская	0,00

И как видно из рисунка 1, наибольшее количество выбросов приходится на котельную ее доля, как указано в таблице № 1 целых 97 %.

Кроме того, было изучено распределение выбросов по агрегатному состоянию.

Как уже отмечалось ранее, все источники исследуемых предприятий выбрасывают 20 283 985 тонн в год 11 загрязняющих веществ, из которых 5 твердых – 7 552 723 тонны/год и 6 жидких и газов – 12 732048 тонн/год.

Опасные вещества подразделяются на четыре класса опасности в зависимости от степени воздействия на живые организмы [9]:

- 1) чрезвычайно опасные;
- 2) высокоопасные;
- 3) умеренно опасные;
- 4) малоопасные.

Если невозможно установить ПДК загрязняющего вещества, то устанавливают ОБУВ. Ориентировочный безопасный уровень воздействия вредных веществ (ОБУВ) – временный ориентировочный гигиенический норматив содержания вредных веществ в воздухе рабочей зоны, атмосферном воздухе населенных мест, в водоемах, продуктах питания [8].

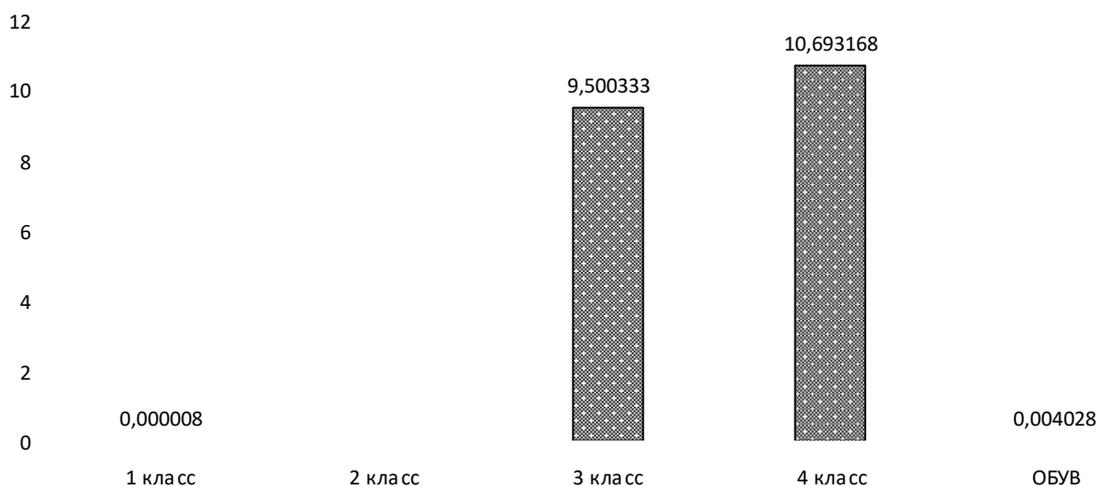


Рис. 2. Распределение выбросов ЗВ по классам опасности, т/год

На исследуемой площадке предприятия выбрасываются следующие вещества классов опасности, включая ОБУВ, что показано на рисунке 2.

И как видно из рисунка 2 основная часть выбросов приходится на вещества 4 класса опасности, т.е. малоопасные. Доля выбросов этих веществ составляет 51,19 % от общего количества выбросов.

Доля веществ, относящихся к классу опасности 3 (умеренно опасные), составляет 48,17%. Это означает, что доля загрязняющих веществ 3 и 4 классов опасности составляет 99,36%, доля

загрязняющих веществ, для которых установлены пределы воздействия, – всего 0,63 %, а доля веществ 1 и 2 классов опасности еще меньше и составляет 0,01 %.

Для того чтобы уровень загрязняющих веществ в приземных слоях воздуха соответствовал санитарным нормам, необходимо оценить значения приземных концентраций загрязняющих веществ вблизи предприятия. Такая оценка проводится путем согласованных расчетов по расчетной схеме нормативной методики МРРВ [10] и с помощью унифицированной методики УПРЗА "ЭКОЛОГ" версии 4.60, в установленном порядке.

Источниками загрязнения, влияющими на среду обитания и здоровье человека, являются объекты за пределами промышленных площадок, где уровень загрязнения превышает 0,1 ПДК и/или ПДУ [11].

Фоновые концентрации учитываются при расчетах, но максимальные приземные концентрации загрязняющих веществ в границах санитарно-защитных зон и зон жилой застройки не должны превышать предельно допустимых концентраций основных и специфических загрязняющих веществ.

Максимальная приземная концентрация более 0,10 долей ПДК наблюдается всего лишь у семи загрязняющих веществ, показанных в табл. 2

Таблица 2

Загрязняющие вещества с максимальной концентрацией более 0,10 ПДК

№ п/п	Код	Наименование	ПДК, мг/м ³	Максимальная концентрация доли ПДК
1	0337	Углерод оксид	5,00	0,55
2	0301	Азота диоксид	0,20	0,48
3	0328	Углерод (Сажа)	0,15	0,18
4	0938	1,1,1,2-Тетрафторэтан	2,50	0,14
5	2754	Углеводороды предельные C12-C19	1,00	0,14
6	0330	Сера диоксид	0,50	0,10
7	1317	Ацетальдегид	0,01	0,10

Как видно из таблицы, наибольшее влияние на качество воздуха оказывают два вещества: 0337 Углекислый газ имеет максимальную концентрацию, превышающую ПДК в 0,55 раза, а 0301 Диоксид азота – в 0,48 раза. Другими словами, максимальные концентрации обоих веществ не превышают ПДК.

Исходя из этого, выбросы загрязняющих веществ от источников предприятия рекомендуется принимать в качестве нормативов ПДК в количествах, определенных в данной таблице.

В итоге можно сделать следующие выводы:

1. Структура площадки предприятия делится на три структурных подразделения, три из которых являются неорганизованными.

2. Согласно расчетам, исследуемые предприятия относятся к третьей категории предприятий, оказывающих негативное воздействие на атмосферу.

3. Суммарные источники выбросов исследуемых предприятий выбрасывают 20283985 тонн 11 загрязняющих веществ в год, из которых на долю 5 твердых веществ (752723 тонн/год) и 6 жидкостей/газов (12732048 тонн/год) приходится 98,18%. Другими словами, жидкие/газовые загрязняющие вещества составляют основную часть выбросов.

4. Из трех категорий сооружений наибольший объем выбросов приходится на котельную – 97%. На гараж и автостоянку приходится 3%. Это означает, что на одну категорию сооружений обследованных предприятий приходится 97% всех выбросов. Доля остальных категорий сооружений незначительна.

5. Обследованное предприятие выбрасывает вещества всех классов опасности, включая ОБУВ. В основном выбрасываются вещества 4-го класса опасности, т.е. малоопасные вещества. На долю этих веществ приходится 51,19% от общего объема выбросов.

б) Расчетные приземные концентрации всех веществ на самом источнике и на границе СЗЗ с населенным пунктом не превышают соответствующих ПДК. На основании этого, выбросы загрязняющих веществ, выделяемые источниками предприятия, предлагается принять в качестве нормативов ПДВ в объемах, определенных в данной работе.

1. Конституция Российской Федерации – Текст: электронный. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/
2. Федеральный закон «Об охране окружающей среды» от 10.01.2002 № 7-ФЗ (последняя редакция) – Текст: электронный. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34823/
3. Расшифровка кодов ОКВЭД и их классификация 2022 год – Текст: электронный. – URL: <https://xn--dtbec0acz11.xn--p1ai/>
4. ГОСТ 32693-2014 Межгосударственный стандарт. «Учет промышленных выбросов в атмосферу. Термины и определения» – Текст: электронный. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200112851>
5. Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «Об охране окружающей среды» и отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 21.07.2014 № 219-ФЗ (последняя редакция) – Текст: электронный. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_165823/
6. Методическое пособие по расчету, нормированию и контролю выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух (Дополненное и переработанное), ОАО «НИИ Атмосфера», Санкт-Петербург, 2012 г. – Текст: электронный. – URL: <http://gostrf.com/normadata/1/4293792/4293792263.htm>
7. Основные загрязняющие вещества: перечень и их ПДК – Текст: электронный. – URL: <https://bezotxodov.ru/zagrzjaznenenija/zagrzjaznjajushhie-veshhestva>
8. ГОСТ 12.1.007-76 Вредные вещества. Классификация и общие требования безопасности – Текст: электронный. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/5200233>
9. Приказ Минприроды России от 06.06.2017 № 273 «Об утверждении методов расчетов рассеивания выбросов вредных (загрязняющих) веществ в атмосферном воздухе» (Зарегистрировано в Минюсте России 10.08.2017 № 47734) – Текст: электронный. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_222765/
10. О введении в действие новой редакции санитарно-эпидемиологических правил и нормативов СанПиН 2.2.1/2.1.1.1200-03 «Санитарно-защитные зоны и санитарная классификация предприятий, сооружений и иных объектов» (с изменениями на 28 февраля 2022 года) – Текст: электронный. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/902065388/titles/6540IN>

УДК 504.054

ИНВЕНТАРИЗАЦИЯ ОТХОДОВ ПРЕДПРИЯТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ООО «АЙСБЕРГ»

В.А. Пузаков, бакалавр
В.Н. Макарова, канд. техн. наук

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Аннотация. В результате работы любого предприятия образуются отходы, предприятия торговли не являются исключением. Однако в отличие от предприятий тяжелой промышленности не привлекает особого внимания, в контексте воздействия на окружающую среду, что в корне неверно.

Ключевые слова: инвентаризация, предприятие торговли, отходы, классы опасности, загрязнение.

INVENTORY OF WASTE FROM THE RETAIL TRADE ENTERPRISE ICEBERG LLC

Abstract. As a result, of the work of any enterprise, waste is generated; commercial enterprises are no exception. However, unlike heavy industry enterprises, it does not attract special attention in the context of environmental impact, which is fundamentally wrong.

Keywords: inventory, trade enterprise, waste, hazard classes, pollution.

Актуальность статьи связана с соблюдением законодательства в сфере обращения с отходами и уменьшением отрицательного влияния на окружающую среду. Инвентаризация даёт возможность установить список образующихся отходов, провести паспортизацию опасных отходов, наладить первичный учёт отходов, внедрить отдельный сбор отходов и контролировать реальное количество отходов. Это необходимо для разработки мер по предотвращению или сокращению количества отходов, подготовки годовых экологических отчётов и соблюдения требований природоохранного законодательства [1].

Научная новизна состоит в новом подходе к взаимосвязи между принятием решений в управлении коммерческой деятельностью и процессом управления отходами. Направлен такой подход на выявление источников излишних отходов с последующим снижением количества образования таковых.

Цель работы: инвентаризация отходов предприятия розничной торговли, на примере ООО «Айсберг».

Задачи работы:

- Определить виды деятельности в результате, которых образуются отходы;
- Отнести получаемые отходы к классам опасности;
- Установить количество, образующихся отходов

Методы исследования: определение и учёт образующихся отходов, расчёт количества отходов.

Основной вид деятельности: розничная торговля продовольственными товарами.

Общее количество людей, работающих в ООО «Айсберг», составляет 16 человек, из них:

- продовольственный магазин Находкинский проспект, 64 – 7 человек;
- продовольственный магазин Северный проспект, 2–9 человек.

Режим работы ООО «Айсберг» – 13 часов в день, 365 дней в году.

ООО «Айсберг» расположено на двух площадках в г. Находке:

- площадка №1 продовольственный магазин – Находкинский проспект, 64;
- площадка №2 продовольственный магазин – Северный проспект, 2.

На балансе предприятия автотранспортная техника отсутствует.

В ближайшее время расширение или реконструкция предприятия, влекущие за собой количественное увеличение отходов производства и потребления, не планируется.

Размещение отходов на предприятии не производится, собственных или арендованных объектов (полигонов, хранилищ) для размещения отходов не имеется.

Площадка №1 продовольственный магазин Находкинский проспект, 64.

Общая площадь продовольственного магазина составляет 110,5 м², из них:

- торговая площадь – 30,0 м²;
- площадь складских помещений – 55,0 м².

Внутреннее освещение торгового зала, бытовых и служебных помещений осуществляется как лампами накаливания, так и люминесцентными лампами.

Для освещения помещений используются 56 люминесцентных ламп. Среднее время горения ламп составляет до 10 часов в сутки.

Отработанные люминесцентные лампы накапливаются в складском помещении на стеллажах в заводской упаковке.

Отходы упаковочного картона незагрязненные, образующиеся в результате производственной деятельности предприятия (распаковка продовольственных товаров), ежедневно собираются, увязываются и накапливаются в подсобном помещении магазина на площадке размером 2,0 м².

Согласно исходных данных, количество отходов упаковочного картона составляет до 1,0 м³ в месяц.

Отходы (мусор) от уборки территории и помещений объектов оптово-розничной торговли продовольственными товарами накапливаются в пластиковых пакетах объемом 0,2 м³, в подсобном помещении на специальной площадке размером 1,0 м².

Твердые коммунальные отходы, образующиеся в магазине ежедневно, в соответствии с договором вывозятся КГУП «ПЭО».

Водопотребление осуществляется централизованно.

Водоотведение также осуществляется централизованно.

Площадка №2 продовольственный магазин Северный проспект, 2.

Общая площадь продовольственного магазина составляет 144 м², из них:

- торговая площадь – 70,0 м²;
- площадь складских помещений – 204,3 м².

Внутреннее освещение торгового зала, бытовых и служебных помещений осуществляется как лампами накаливания, так и люминесцентными лампами.

Для освещения помещений используются 100 люминесцентных ламп. Среднее время горения ламп составляет до 10 часов в сутки.

Отработанные люминесцентные лампы накапливаются в складском помещении на стеллажах в заводской упаковке.

Отходы упаковочного картона незагрязненные, образующиеся в результате производственной деятельности предприятия (распаковка продовольственных товаров), ежедневно собираются, увязываются и накапливаются в подсобном помещении магазина на площадке размером 2,0 м².

Согласно исходных данных, количество отходов упаковочного картона составляет до 1,0 м³ в месяц.

Отходы (мусор) от уборки территории и помещений объектов оптово-розничной торговли продовольственными товарами накапливаются в пластиковых пакетах объемом 0,2 м³, в подсобном помещении на специальной площадке размером 1,0 м².

Твердые коммунальные отходы, образующиеся в магазине ежедневно, в соответствии с договором вывозятся КГУП «ПЭО».

Водопотребление осуществляется централизованно.

Водоотведение также осуществляется централизованно.

Отходы в зависимости от степени негативного воздействия на окружающую среду подразделяются в соответствии с критериями, установленными федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим государственное регулирование в области охраны окружающей среды, на пять классов опасности:

- I класс – чрезвычайно опасные отходы;
- II класс – высокоопасные отходы;
- III класс – умеренно опасные отходы;
- IV класс – малоопасные отходы;
- V класс – практически неопасные отходы [2].

Виды отходов ООО «Айсберг», а также распределение их по классам опасности приведены в табл. 1.

Таблица 1

Виды отходов образующиеся в результате деятельности ООО «Айсберг»

Отходообразующий вид деятельности, процесс	Наименование отхода	Код отхода по ФККО	Класс опасности
Освещение помещений	Лампы ртутные, ртутно-кварцевые, люминесцентные, утратившие потребительские свойства	47110101521	1
Жизнедеятельность персонала	Мусор от офисных и бытовых помещений организаций несортированный (исключая крупногабаритный)	73310001724	4
Розничная торговля	Отходы (мусор) от уборки территории о помещений объектов оптово-розничной торговли продовольственными товарами	73510001725	5
Розничная торговля	Отходы упаковочного картона незагрязненные	40518301605	5

Проанализировав таблицу 1, мы делаем вывод, что в результате производственной деятельности и жизнедеятельности людей, на рассматриваемом предприятии образуется 4 вида отходов. Наиболее опасным, относящимся к I классу опасности относятся люминесцентные лампы, утратившие потребительские свойства.

Зачастую на проблему утилизации и демеркуризации люминесцентных ламп индивидуальные потребители не обращают внимания, а производители стремятся отстраниться от проблемы.

Отработавшие свой срок службы люминесцентные лампы подлежат транспортировке в пункт переработки для последующей утилизации [3].

Для разных видов отходов существуют различные методики расчета образования их количества, так, например, при расчете количества образования ламп ртутных, ртутно-кварцевых, люминесцентных, утративших потребительские свойства (класс опасности I) необходимо иметь информацию о массе одной лампы, количестве ламп, времени работы, а также эксплуатационном сроке службы данной лампы [4].

При расчете количества мусора от офисных и бытовых помещений организаций несортированного (исключая крупногабаритный), относящихся к 4 классу опасности, необходимо знать, количество сотрудников предприятия, а также норматив образования отходов на одного сотрудника.

Выполняя расчет количества отходов (мусора) от уборки территории и помещений объектов оптово-розничной торговли продовольственными товарами (класс опасности V), не обойтись без сведений о нормативах накопления твердых коммунальных отходов на территории, в данном случае, Приморского края [5].

Для определения количества отходов упаковочного картона незагрязненного (класс опасности V), использовались данные об объеме отходов, получаемых на предприятии ежемесячно, а также информация о плотности картона [6].

Количество образующихся отходов ООО «Айсберг» приведено в табл. 2.

Таблица 2

Количество образующихся отходов ООО «Айсберг»

№	Наименование вида отхода	Код по ФККО	Класс опасности	Отходообразующий вид деятельности	Годовой норматив образования отхода, т
1	Лампы ртутные, ртутно-кварцевые, люминесцентные, утратившие потребительские свойства	47110101521	1	Освещение помещений	0,0046
Итого 1 класса опасности:					0,0046
2	Мусор от офисных и бытовых помещений организаций несортированный (исключая крупногабаритный)	7 33 100 01 72 4	4	Жизнедеятельность персонала	2,864
Итого 4 класса опасности:					2,864
3	Отходы (мусор) от уборки территории о помещений объектов оптово-розничной торговли продовольственными товарами	73510001725	5	Торговая деятельность	34,476
4	Отходы упаковочного картона незагрязненные		5	Торговая деятельность	10,320
Итого 5 класса опасности:					44,796
Итого по предприятию:					47,6646

Проанализировав таблицу 2, можно сделать вывод, что наибольший вклад в общее количество отходов вносят отходы 5 класса опасности, однако стоит также обратить внимание и на отходы 1 класса опасности, несмотря на то, что таких отходов за год образуется наименьшее количество, они крайне токсичны и подлежат передаче федеральному оператору для дальнейшей утилизации [7].

Бережное обращение с отходами данного предприятия позволит предотвратить загрязнение атмосферы инертными газами, которые содержатся в люминесцентных лампах, исключит загрязнение, захламление коммунальными отходами территории предприятия и прилегающих территорий в том числе.

Количество отходов, подлежащих:

1) использованию – 1 вид общим весом 10,320 т, в том числе 5 класса опасности 1 вид общим весом –10,320 т.

2) обезвреживанию – 1 вид общим весом 0,0046 т, в том числе 1 класса опасности 1 вид общим весом – 0,0046 т.

3) размещению – 4 вида общим весом 47, 6646 т, в том числе:

– отходов 1 класса – 0,0046 т;

– отходов 4 класса – 2,864 т;

– отходов 5 класса – 44,796 т.

Полученные результаты:

– определенны виды деятельности ООО «Айсберг» в результате, которых образуются отходы;

– получаемые отходы были отнесены к соответствующим классам опасности;

– установлена масса, образующихся отходов.

Выводы:

– в результате торговой деятельности ООО «Айсберг» образуются 4 вида отходов;

– отходы ООО «Айсберг» относятся к 1, 4 и 5 классам опасности;

– наибольший вклад в общее количество отходов данного предприятия приходится на отходы 5 класса опасности, однако наибольшую обеспокоенность вызывают отходы 1 класса опасности, так же образующиеся на этом предприятии.

1. Сервисно-консультационный центр Труд-Эксперт – Текст: электронный. – URL: <https://www.trudexp.ru/ecology/inventarizaciya-istochnikov-obrazovaniya-otodov/>

2. Федеральный закон от 24.06.1998 N 89-ФЗ (ред. от 04.08.2023) "Об отходах производства и потребления" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.03.2024) – Текст: электронный. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19109/

3. Быкова Ю.М., Кузнецов Е.В. Проблема утилизации и демеркуризации люминесцентных ламп – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-utilizatsii-i-demerkurizatsii-lyuminestsentnyh-lamp/viewer>

4. Методические указания к решению задач по курсу «Экология» на тему «Промышленные отходы» / О.М. Пирогова, О.В. Гутина – Текст: электронный. – URL: <https://mgupp.ru/obuchayushchimsya/instituty-i-kafedry/ieiuvpo/kafedry.php?ID=328>

5. Приказ Министерства природных ресурсов и охраны окружающей среды Приморского края от 12.05.2021 № № 37-01-09/63 "О внесении изменения в приказ департамента природных ресурсов и охраны окружающей среды Приморского края от 4 декабря 2017 года №365 «Об утверждении нормативов накопления твердых коммунальных отходов на территории Приморского края» – Текст: электронный. – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/document/2501202105200003>

6. Найденов Б.Ф. Объемные веса и удельные объемы грузов (справочник). – Текст: электронный. – URL: <https://techlib.org/books/obemnye-vesa-i-udelnye-obemy-gruzov-spravochnik-najdenov/>

7. Обращение с отходами I и II классов опасности – Текст: электронный. – URL: <https://rosfeo.ru/>

УДК 502.74; 574.34

ФОРМИРОВАНИЕ БАЗ ДАННЫХ ЧИСЛЕННОСТИ И РАСПРЕДЕЛЕНИЯ *GRUS VIPIO* (PALLAS, 1811) НА ТЕРРИТОРИИ ЗАПОВЕДНИКА «ДАУРСКИЙ»

М.А. Русакова, С.Б. Самбуев, бакалавры

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

***Аннотация.** Проведен количественный учет *Grus vipio* (Pallas, 1811) на территории Даурского заповедника, сформированы базы данных. На основе использования ГИС был выполнен анализ современного состояния и динамики гнездовых предпочтений вида даурского журавля на территории заповедника «Даурский», выявлены основные особенности территории и факторы среды определяющие места гнездования данного вида.*

***Ключевые слова:** *Grus vipio* (Pallas, 1811), формирование баз данных численности и распределения, Красная книга, Даурский заповедник.*

FORMATION OF DATABASES ON THE ABUNDANCE AND DISTRIBUTION OF *GRUS VIPIO* (PALLAS, 1811) ON THE TERRITORY OF THE DAURSKY NATURE RESERVE

Abstract. *Quantitative accounting of *Grus vipio* (Pallas, 1811) was carried out on the territory of the Daurisky Reserve, databases were formed. Based on the use of GIS, an analysis of the current state and dynamics of nesting preferences of the Daurian crane species in the territory of the Daurisky reserve was performed, the main features of the territory and environmental factors determining the nesting sites of this species were identified.*

Keywords: *Grus vipio* (Pallas, 1811), formation of databases of abundance and distribution, Red Book, Daurisky Reserve.

Даурский журавль является редким видом, состоящим в Красном списке МСОП (категория «уязвимый» (VU)), а также в Красных книгах России (категория 1). В Забайкальском крае редкий гнездящийся вид с быстро сокращающейся численностью. Хотя за последние годы наметилась тенденция к увеличению популяции этих птиц в некоторых регионах, на территории России и Китая их численность постепенно снижается [1, 2].

Основным фактором риска этого вида является осушение пригодных для гнездовых заболоченных территорий в результате хозяйственной деятельности человека, освоение земель под сельскохозяйственные нужды, мелиорация, строительство дамб, лесные пожары и беспокойство, вызванное присутствием человека [3-5].

Для сохранения даурского журавля созданы особо охраняемые природные территории, из которых наиболее важными являются Хинганский, Муравьевский, Даурский и озеро Ханка (Россия), Дагур (Монголия) и Чжалонг, также для сохранения *Grus vipio* по всему ареалу его обитания ведутся работы по его изучению и охране [6].

Для осуществления охраны редкого вида ведется учет их численности. В Даурском заповеднике количественный учет *Grus vipio* ведется более 30 лет. На основе уже имеющейся базы данных гнездования птиц ведется работа по мониторингу и выделению новых ключевых орнитологических территорий [7-10].

В последние годы актуальным стало использование данных геоинформационных система (ГИС), позволяющих контролировать условия мест обитания вида и его численность.

Так, с помощью ГИС назначаются и проводятся рубки леса, отвод земельных участков под строительство и иные нужды, современное решение природоохранных задач по сохранению, как редких видов птиц, так и других охраняемых объектов животного и растительного мира, ведение кадастра видов и др.

Цель работы: оценка численности и распределения даурского журавля *Grus vipio* (Pallas, 1811) на территории Государственного природного биосферного заповедника «Даурский», на реке Борзя на основе средств ГИС.

Задачи работы:

- оценить численность популяции;
- изучить пространственное распределение вида;
- проанализировать численность пар даурских журавлей с благополучным гнездованием в р.

Борзя;

- сформировать базу данных по численности и распределению даурского журавля;
- построить карты встречаемости вида на территории заповедника.

Объектом исследования является журавль даурский *Grus vipio* (Pallas, 1811).

Предметом исследования является численности и пространственное распределение *Grus vipio*.

Методы исследования:

В работе использованы данные маршрутных наблюдений за период 30.08.2013–05.08.2021 гг, полученные сотрудниками Государственного природного биосферного заповедника «Даурский».

Для изучения распространения, численности, размера выводков были использованы: учеты птиц и обследование участков гнездования. С целью изучения распространения и численности вида в регионе, маршруты экспедиций были проложены в основном вдоль потенциальных мест обитания вида (рек, озер, заболоченных низин). Использован бинокль и зрительная труба (X25-75).

Учеты птиц до 2014 г. проводились только с одного берега (левого), начиная с 2015 г. – с обоих берегов. Учет с обоих берегов дает более детальный обзор.

В 2021 г. проведен ряд учетов птиц на р. Борзя на участке от Чиндантских разливов до устья.

Данные использовались для формирования геоинформационной системы мониторинга численности и распределения *Grus vipio* на территории заповедника.

Были получены данные серии карт, атрибутивных таблиц к ним, базы предметных данных, которая хранится в части атрибутивных таблиц и таких же по структуре текстовых таблицах DOS. Обработка данных выполнялась средствами картографических пакетов QuickMapServices, HSMGIS. Обработка данных выполняется не только средствами упомянутых картографических пакетов, но и с использованием пакета программ Банка данных заповедника «Даурский».

Анализ современного состояния популяции вида выполнялся непосредственно на основе средств геоинформационных систем.

Полученные результаты:

- было произведена оценка численности популяции вида *Grus vipio* (Pallas, 1811);
- исследованы существующие методы геоинформационного картографирования и построены карты;
- рассмотрены основные проблемы использования источников геопространственной информации о территории картографирования.

– изучена численность пар с благополучным гнездованием на р. Борзя.

Разработаны рекомендации по сохранению популяции вида *Grus vipio* (Pallas, 1811) на территории заповедника «Даурский»:

1. Необходимо продолжение работ по мониторингу популяции, прежде всего, на Торейских озерах и р. Борзя, изучению влияния беспокойства, изучению питания.

2. Необходимо продолжение работ по анализу использования гнездовой территории журавлями.

3. Необходимо продолжение работ по индивидуальному мечению журавлей, изучению характера использования ими территории, многолетней динамики территориального распределения, сезонных миграций и мест зимовок.

4. Устойчивое сохранение гнездовой группировки на р. Борзя невозможно без сохранения журавлей на остальных важных местах гнездования: в бассейнах рек Онон и Аргунь. Необходимо завершение учета журавлей в бассейнах рек Онон и Аргунь, выяснение состояния гнездовых группировок там и принятие мер по их сохранению.

5. Необходимо продолжение действий по прекращению охоты на р. Борзя и на остальных местах гнездования журавлей в Забайкальском крае.

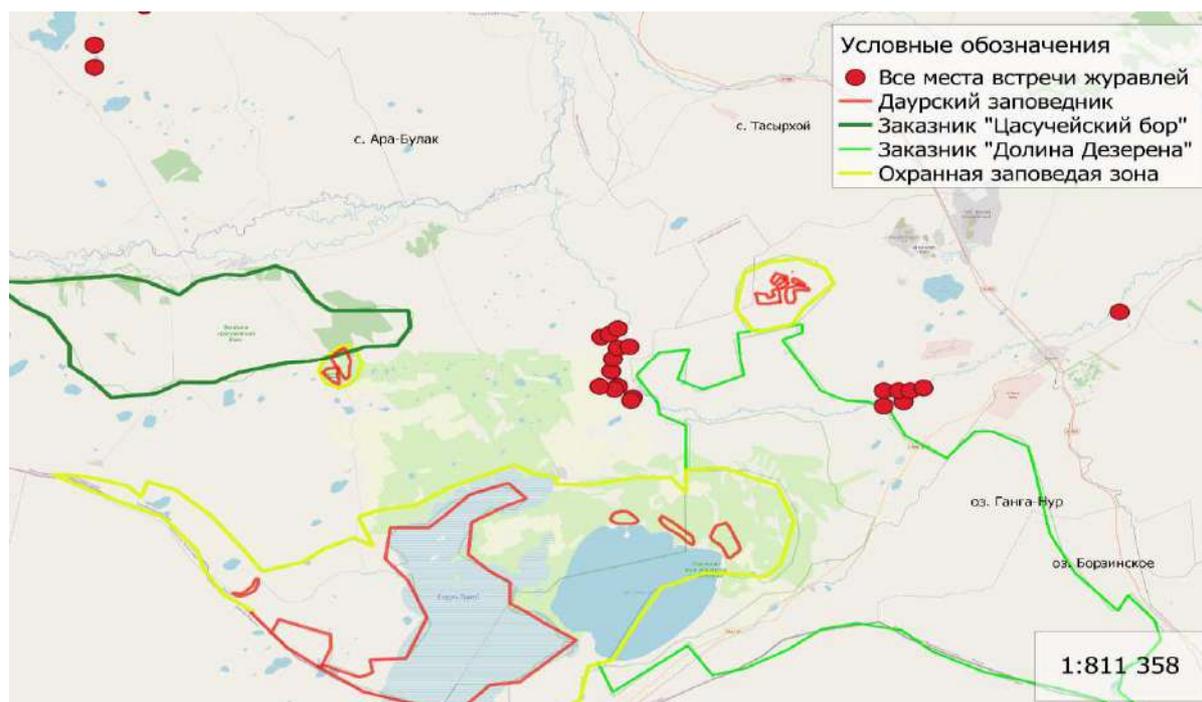


Рис. Места встреч даурских журавлей в Юго-Восточном Забайкалье (составлено авторами)

Выводы:

- численность пар с успешным гнездованием с каждым годом возрастает, связано это с улучшением условий обитания, а именно увеличение поймы р. Борзя;
- за промежуток с 2013 по 2021 год численность выводка сильно менялась в связи с погодными условиями, падения уровня воды, засух, пожаров и истребления птиц браконьерами;

В результате, были построены карты, уточняющие количественные и территориальные характеристики популяции *Grus vipio* (рисунок).

Установлено, что основное место гнездования приходится на р. Борзя так как там наиболее благоприятные условия для кладки птиц. Кроме того, река Борзя – это важное место обитания молодых холостых птиц – подростков в возрасте до трёх лет, которые ещё не сформировали семейную пару.

1. Красная книга Забайкальского края. Животные / В.Е. Вишняков, А.Н. Тарабарко, В.Е. Кирилук [и др.]. – Новосибирск: ООО «Новосибирский издательский дом», 2012. – 344 с.
2. Красная книга Российской Федерации. Животные / В.И. Данилов-Данильян, А.М. Амирханов, Д.С. Павлов, В.Е. Соколов [и др.] – Москва: ООО «Издво Астрель», 2001. – 862 с
3. Горошко О.А. Состояние и охрана популяций журавлей и дроф в Юго-Восточном Забайкалье и сопредельных районах Монголии: дис... канд. биол. наук. – Москва: Всероссийский научно-исследовательский институт охраны природы МПР России, 2021. –194 с.
4. Горошко О.А. Даурский журавль // Красная книга Российской Федерации, том «Животные». – 2-е изд. – Москва: ФГБУ «ВНИИЭкология», 2021. – С. 682–686.
5. Горошко О.А., 2021. Результаты учетов журавлей в Юго-Восточном Забайкалье, Россия, в 2016–2020 гг. // Журавли Евразии (распространение, биология). – Вып. 6. –С. 82–105.
6. Официальный сайт Государственный природный биосферный заповедник «Даурский» Даурский заповедник – Общая информация (daurzapoved.com).
7. Кирилук О.К. Биосферный заповедник Даурский / О.К. Кирилук, В.Е. Кирилук, О.А. Горошко, Л.И. Сараева [и др.]. – Чита: Экспресс издательство, 2020. – 104 с.
8. Васильченко А.А. Материалы по птицам Торейских озер. // Экологические исследования в заповедниках Южной Сибири. – Москва, 2019. – С. 91-10
9. Кирилук О.К., Горошко О.А., Бальжинимаева С.Б. Летопись природы заповедника, 2000–2016 гг. // Фонды ФГБУ «Государственный заповедник «Даурский».
10. Crane Conservation Strategy. Baraboo, Wisconsin, USA: International Crane Foundation, 2019. – 454 pp.

УДК 334

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ЦЕЛЕЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ В ОБЛАСТИ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ И ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ ПРИМОРСКОГО КРАЯ

В.С. Унжакова, бакалавр

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. В статье представлены направления разработок стратегических целей государственной политики в области экологической безопасности и природопользования Приморского края. Возникают новые подходы к формированию государственной политики в сфере государственной политики в области экологической безопасности и природопользования Приморского края, что само его развитие постепенно становится приоритетной национальной задачей. Государственная политика в сфере области экологической безопасности и природопользования Приморского края пока еще не стала предметом серьезных политологических исследований, но настало время научного переосмысления происходящих процессов. Руководство упомянутых компаний естественных монополий не всегда оценивает, что приоритетная позиция, относительно экологического обеспечения производства и энергосбережения является обязательной частью хозяйственного процесса организации. Для развития этой политики разрабатываются целые производственные программы и стратегии.

Ключевые слова: экологический менеджмент, экологическая безопасность, экологическая политика, государственная экологическая политика, требования, соблюдение экологических требований.

FORMATION OF STRATEGIC GOALS OF STATE POLICY IN THE FIELD OF ENVIRONMENTAL SAFETY AND ENVIRONMENTAL MANAGEMENT OF PRIMORSKY KRAI

Abstract. *The article presents the directions for developing strategic goals of state policy in the field of environmental safety and environmental management of the Primorsky Territory. New approaches to the formation of public policy in the field of public policy in the field of environmental safety and environmental management of the Primorsky Territory are emerging, and its very development is gradually becoming a priority national task. State policy in the field of environmental safety and environmental management of the Primorsky Territory has not yet become the subject of serious political science research, but the time has come for a scientific rethinking of the ongoing processes. The management of the mentioned natural monopoly companies does not always appreciate that the priority position regarding environmental support of production and energy saving is an obligatory part of the organization's economic process. To develop this policy, entire production programs and strategies are being developed.*

Keywords: *environmental management, environmental safety, environmental policy, state environmental policy, requirements, compliance with environmental requirements*

Экологическая безопасность включена в перечень основных направлений структурной перестройки российской экономики, что является одной из важнейших составных частей политики современного российского государства. В отечественной политологии вопросы, связанные с теоретическими и практическими аспектами развития государственной политики в сфере экологической безопасности, практически отсутствуют.

Целью работы видится необходимость проанализировать реализацию государственной политики в сфере экологической безопасности и природопользования Приморского края.

Данную цель автор статьи достиг посредством решения следующих задач:

– определить тенденции развития государственной политики в экологической безопасности и природопользования Приморского края;

– выявить проблемы реализации государственной политики в сфере экологической безопасности и природопользования Приморского края;

– предложить пути разрешения проблем государственной политики в сфере экологической безопасности и природопользования Приморского края.

При написании работы были использованы следующие методы исследования: анализ теоретического материала и нормативно-правовых актов, описание, сравнение.

Объектом исследования является модернизация современной государственной политики в экологической безопасности и природопользования Приморского края.

Предмет исследования – формирование государственной политики в сфере экологической безопасности и природопользования Приморского края.

Стратегической целью государственной политики в области экологического развития является решение социально-экономических задач, обеспечивающих экологически ориентированный рост экономики, сохранение благоприятной окружающей среды, биологического разнообразия и природных ресурсов для удовлетворения потребностей нынешнего и будущих поколений.

В современных условиях на всю систему экологического равновесия и развития влияют и естественные монополии, по причине того, что сфера их деятельности не всегда является экологически безопасной.

Современная экономическая система РФ достаточно широка и разнообразна, одним из элементов этой системы выступают естественные монополии, деятельность которых не носит однозначного характера и вот уже долгое время заслуживает как положительные, так и отрицательные отзывы. Становится вопрос о возможности и необходимости отраслевой государственной политики для регулирования деятельности монополий.

Феном естественных монополий не возникает сам по себе: вне всякого сомнения он формируется исходя из тенденций внешней среды, которые диктуют минимизацию расходов производства при всех видимых высоких объёмах. Объёмы же производства естественных монополий достаточно сложно назвать экологичными [1].

Возникает вопрос понимания экологической безопасности. Прежде всего – это фактор защиты окружающей среды, личности, государства от техногенных и антропогенных угроз на природную среду.

Обеспечение экологической безопасности – одна из задач регулирования государством деятельности естественных монополий. Содержание деятельности государства в этом направлении состоит в охране жизни, здоровья и условий жизнедеятельности человека, в защите общества, его материальных и духовных ценностей, окружающей природной среды, в том числе атмосферы и водных объектов.

При решении задачи формирования эффективной системы управления в области охраны окружающей среды и обеспечения экологической безопасности, предусматривающей взаимодействие и координацию деятельности органов государственной власти, используются целый ряд механизмов реализации государственной политики в области экологического развития и безопасности.

Предпосылками формирования государственной экологической политики выступают процессы прогнозирования и планирования осуществления деятельности в сфере окружающей среды. Так же государственная политика в сфере экологии должна быть направлена на формирование оздоровительных мер в сфере экологической безопасности.

Государство должно понимать, что вопросы экологической безопасности могут быть приравнены к вопросам национальной безопасности и выработка государственной экологической политики должна быть актуальна и своевременна.

Современное бизнес-сообщество должно осознавать всю экологическую ответственность перед обществом и окружающей средой, и вести свою профессиональную деятельность в соответствии с нормами государственной экологической политики.

Стратегической целью государственной политики в области экологического развития является решение социально-экономических задач, обеспечивающих экологически ориентированный рост экономики, сохранение благоприятной окружающей среды, биологического разнообразия и природных ресурсов для удовлетворения потребностей нынешнего и будущих поколений, реализации права каждого человека на благоприятную окружающую среду, укрепления правопорядка в области охраны окружающей среды и обеспечения экологической безопасности [1].

Экологической опасностью принято называть изменение окружающей среды, которое возникает в результате антропогенных воздействий, приведших к нарушению структуры и функционирования природных систем (ландшафтов), к негативным социальным, экономическим и иным последствиям.

Реализация государственной политики в таком направлении как экологическая безопасность и природопользование, проходит последовательно и с оценкой смежных сфер. Использование такого подхода позволит сделать регулирующие механизмы более эффективными и социально-ориентированными. Так же, государственная политика в сфере экологической безопасности и природопользование должна отвечать современным реалиям и использовать инновационные механизмы развития [2].

Существующие показатели реализованных и потенциальных возможностей экологической безопасности и природопользования позволяет сделать вывод о том, что в Приморский край обладает качественным потенциалом. В рамках экологической безопасности и природопользования Приморского края работают Программа и Стратегия. Цель данных документов не просто развить обеспечение экологической безопасности и природопользования Приморского края, но и привлечь внимание к проблемам территории общественность. Количество выброшенных в атмосферу загрязняющих веществ от стационарных источников загрязнения по городским округам Приморского края представим на рис. 1.

Как демонстрирует рисунок 1, именно муниципальные округа Приморского края, где находятся естественные монополии дают колоссальную нагрузку на экологию и природопользование.

Можно сделать вывод, что для формирования стратегических целей государственной политики в области экологической безопасности и природопользования Приморского края существует огромное предметное поле, но сдерживающие или рискованные факторы мешают этому поступательному развитию. Необходимо больше уделять внимание ключевым направлениям и поддерживать любые предложения, направленные на развитие данной отрасли.

Глобальные экологические проблемы, связанные с изменением климата, потерей биологического разнообразия, опустыниванием и другими негативными для окружающей среды процессами, возрастанием экологического ущерба от стихийных бедствий и техногенных катастроф, загрязнением атмосферного воздуха, поверхностных и подземных вод, а также морской среды, затрагивают интересы не только отдельных регионов, но и всей Российской Федерации и её граждан [4].

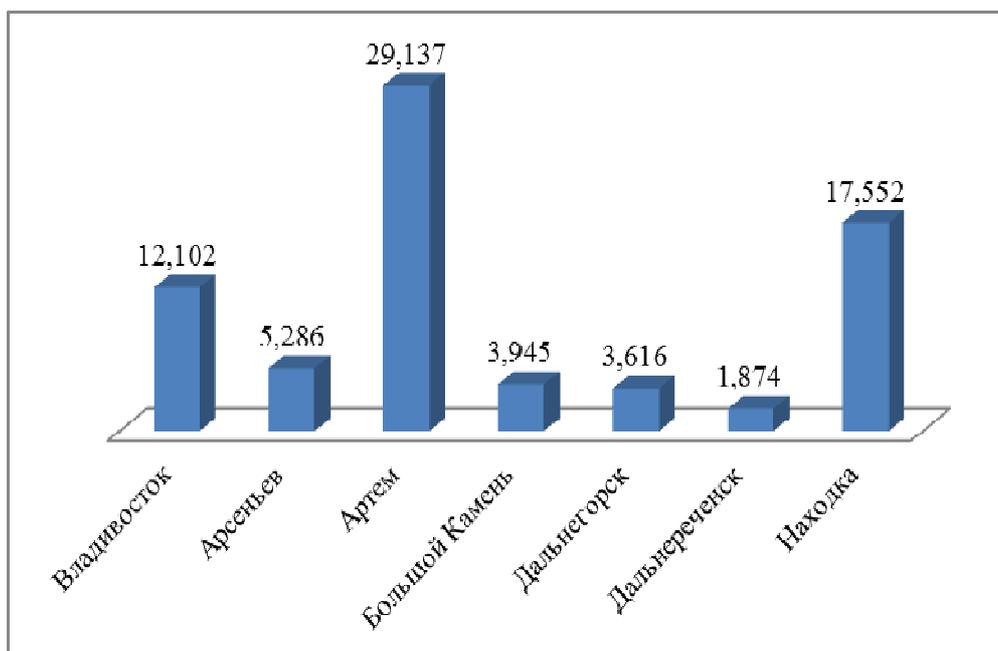


Рис. 1. Количество выброшенных в атмосферу загрязняющих веществ от стационарных источников загрязнения по городским округам Приморского края (тыс. тонн) [3]

Экологическая ситуация в Приморском крае характеризуется высоким уровнем антропогенного воздействия на природную среду и значительными экологическими последствиями прошлой экономической деятельности.

Немаловажное значение в негативных экологических последствиях Приморского края имеют естественные монополии, которые располагаются на территории Приморского края.

В Приморском крае осуществляют свою деятельность следующие известные естественные монополии, относящие себя к китам монополизма – это ПАО «Аэрофлот», ОАО «РЖД», ПАО «Газпром». Учитывая стратегический характер названных отраслей, необходимо пересмотреть деятельности естественных монополий на территории Приморского края в рамках государственных требований к экологической безопасности.

Таким образом, хотелось бы предложить и сформировать следующие стратегические цели государственной политики в области экологической безопасности и природопользования Приморского края:

- разработать систему стандартов для естественных монополий территории Приморского края;
- разработать план мероприятий в области экологической безопасности и природопользования Приморского края с привлечением представителей общественности;
- привлечь некоммерческие организации к мониторингу в области экологической безопасности и природопользования Приморского края;
- создать экологические кластеры для привлечения туристов с последующим направлением вырученных средств на устранение антропогенного воздействия.

Следовательно, задачи статьи решены, цель достигнута.

1. Астахов А.С., Диколенко Е.Я., Харченко В.А. Экологическая безопасность и эффективность природопользования. – Вологда: Инфра-Инженерия, 2018. – 323 с.

2. Доклад об экологической ситуации в Приморском крае 2022 году. – Владивосток, 2022. – 269 с.

3. Васильева Е.М.. Российские естественные монополии и федеральные законы // Экономическая наука современной России. – 2016. – № 4. – С. 100-112.

4. Ильюшко В.В. О проблемах обеспечения экологической безопасности Российской Федерации // Известия Великолукской государственной сельскохозяйственной академии. – 2018. – № 4. – С. 69–74

Секция. МАРКЕТИНГ И ЛОГИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ, ПРОФЕССИЯ, ПРАКТИКА

УДК 330:658.8

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КАЧЕСТВА УСЛУГИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ НА ОСНОВЕ СТРУКТУРИРОВАНИЯ ФУНКЦИЙ КАЧЕСТВА

В.А. Валетова, Н.И. Тысячная, бакалавры

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. Магазины парфюмерно-косметических товаров востребованы на рынке товаров и услуг, поскольку реализуют товары для поддержания красоты и здоровья человека, являющихся, несомненно, важной составляющей жизни каждого. Для того, чтобы быть лидером среди конкурентов, магазину необходимо постоянно совершенствовать качество оказываемых услуг, а структурирование функций качества является отличным инструментом для его осуществления.

Ключевые слова: парфюмерно-косметические товары, оценка качества, торговая услуга, структурирование функций качества, метод анализа иерархий.

IMPROVING RETAIL SERVICES BASED ON STRUCTURING QUALITY FUNCTIONS

Abstract. Perfume and cosmetics stores are in demand in the market of goods and services, since they sell goods to maintain human beauty and health, which are undoubtedly an important component of everyone's life. In order to be a leader among competitors, the store needs to constantly improve the quality of its services, and structuring quality functions is an excellent tool for doing this.

Keywords: perfumery and cosmetic products, quality assessment, trade service, structuring of quality functions, hierarchy analysis method.

Актуальность темы обусловлена тем, что в настоящее время качество является главным фактором, по которому потребитель выбирает продукт или услугу. Все необходимые товары человек может приобрести в магазинах розничной торговли, поэтому они являются неотъемлемой частью его жизни. Магазин парфюмерно-косметических товаров является одним из наиболее востребованных направлений розничной торговли, поскольку люди всегда хотят выглядеть хорошо и ухаживают за своей внешностью. Для того, чтобы потребителю хотелось постоянно возвращаться в тот или иной магазин, он должен быть не только объектом, реализующим товары, но и местом с приятной обстановкой и высоким сервисом обслуживания. Для создания услуги, максимально реализующей ценность для потребителя, применяются инструменты управления качеством. Один из таких инструментов рассмотрен в данной работе.

Под розничной торговлей понимается вид торговой деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров для использования в личных, семейных, домашних и иных целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности [1].

Объектом исследования является услуга розничной торговли на примере магазина парфюмерно-косметических товаров «Лэтуаль».

Предмет – метод совершенствования качества услуг розничной торговли.

Для совершенствования качества услуги был выбран инструмент «Структурирование функций качества», а именно «Дом качества», который является основным в структурировании нужд и желаний потребителя.

Структурирование функций качества (СФК) или Quality function deployment (QFD) применяется для поэтапного развертывания и конкретизации требований потребителей, а затем дальнейшего преобразования их в общие характеристики работы организации [2]. Общими характеристиками работы организации можно считать пожелания потребителей, переведенные на технический

язык и отражающие, какие параметры следует изменить организации в своей деятельности, чтобы удовлетворить потребности пользователей услуг [2].

Данная концепция была разработана японским специалистом по планированию Йойи Акао в 1966 году. Структурирование функций качества является одним из самых мощных инструментов проектирования качества [3]. Данный инструмент позволяет владельцам бизнеса взглянуть на продукт глазами потребителя, исправить ошибки в позиционировании на рынке, разработать долгосрочную стратегию продвижения.

«Дом качества» представляет собой последовательность логически связанных таблиц и матриц. Основными преимуществами концепции является гибкость интерпретации выходных данных, а также сочетаемость с математическими методами [3].

Основными составляющими «Дома» являются: стена дома, крыша, веранда и подвал.

Построение стены начинается с выявления основных потребительских требований к качеству услуг магазина парфюмерно-косметических товаров и расчета весомости потребительских требований с определением их важности.

Для выявления потребительских требований был проведен опрос методом интервьюирования.

Для расчета весомости потребительских требований был использован метод анализа иерархий (МАИ).

МАИ – математический инструмент системного подхода к сложным проблемам принятия решений [4], разработанный американским математиком Т.Л. Саати. Он позволяет понятным и рациональным образом структурировать сложную проблему принятия решений в виде иерархии, сравнить и выполнить количественную оценку альтернативных вариантов решения.

Вычисления производились в программе с заранее заложенным алгоритмом расчета. Отношение согласованности оказалось равным 2,33%, что показало высокую согласованность мнений. Полученные весомости критериев были переведены в рейтинг важности по 5-балльной шкале, представлены в таблице.

Таблица

Результаты расчета весомости критериев и определение важности этих критериев

Наименование потребительского требования	Вес в долях	Вес в процентах	Важность
Широкий ассортимент	0,153	15,3	4
Быстрый, удобный поиск товара	0,02	2	1
Наличие пробников	0,068	6,8	3
Наличие известных, проверенных брендов	0,033	3,3	2
Сотрудники, компетентные в данной области	0,153	15,3	4
Удобство/ наполняемость сайта магазина	0,153	15,3	4
Наличие акций, скидок, бонусной программы	0,083	8,3	3
Безопасность помещения	0,335	33,5	5

Из таблицы видно, что самыми важным для потребителя является безопасность помещения. Были выделены наиболее важные критерии: широкий ассортимент, сотрудники, компетентные в данной области и удобство/ наполняемость сайта магазина. Наличие пробников и наличие акций, скидок, бонусной программы вошли в группу показателей средней важности, а быстрый, удобный поиск товара и наличие известных, проверенных брендов оказались наименее важными для потребителей.

На основании выявленных потребительских требований была выполнена разработка технических требований к магазину парфюмерно-косметических товаров для достижения поставленных потребительских пожеланий. Следующим шагом было проведено вычисление зависимости потребительских и технических требований. Для этого построена таблица-матрица. Используются такие понятия, как «сильная связь», численно равная 9; «средняя связь», равная 3 и «слабая связь», равная 1.

Умножением важности потребительских требований на числовой показатель связи между потребительскими показателями и техническими характеристиками и суммированием результатов

по всей графе соответствующей технической характеристики была получена относительная важность каждой технической характеристики, переведенная в рейтинг важности по 5-балльной шкале.

Второй этап – построение крыши, которая представляет собой корреляционную матрицу, заполненную символами, указывающими на положительную или отрицательную связь между соответствующими техническими требованиями.

Третий этап – построение веранды. На веранде «Дома качества» по пятибалльной шкале определили степень выполнения требований потребителей магазином косметики «Лэтуаль» и двумя его конкурентами: «Чудодей» и «Рив Гош» путем построения сравнительных профилей. Профили, на которых представлены конкуренты, показывают следующее: «Лэтуаль» превосходит своих конкурентов по всем требованиям, кроме «наличие пробников». Исходя из профилей были рассчитаны абсолютная и относительная весомости потребительских требований для исследуемого объекта.

Четвертый этап – построение подвала.

В подвале расположены профили магазинов, отражающие их степень выполнения технических требований. По профилям видно, что и здесь «Лэтуаль» стоит на первом месте по соблюдению требований. Для того, чтобы технические характеристики были соблюдены предприятием и максимально удовлетворяли требования потребителей, для каждой из них в подвале были разработаны оценки целей: мониторинг потребительского спроса, расширение базы поставщиков; размещение баннеров, вывесок и указателей; ежедневный контроль за расходными материалами; анализ потребительского спроса, мониторинг рынка; периодическое обучение и тренинг сотрудников; мониторинг производителей, улучшение интерфейса; поддержание бонусных программ, проведение акций, скидок; мониторинг подрядных организаций по установке, заключение договора; заключение договора на обслуживание (проверку) сигнализации.

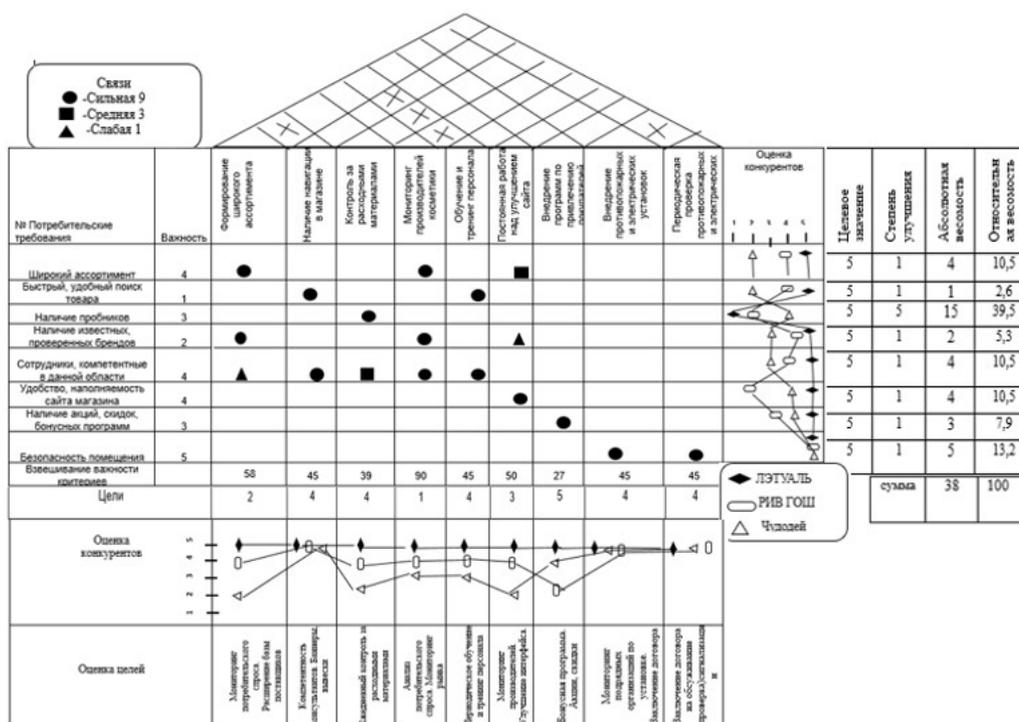


Рис.1. «Дом качества» торговой услуги

Построенный «Дом качества» напоминает развернутую карту, которая наглядно показывает следующее:

- какие критерии наиболее важны для потребителей при выборе магазина декоративной косметики для совершения покупки;
- какие технические требования к реализации предоставляемой услуги имеют наибольший вес: соблюдение данных требований позволит удовлетворить пожелания покупателей;
- силу связей между потребительскими и техническими требованиями, а также связь технических характеристик друг с другом: эти характеристики определяют, каким способом, при каких

условиях следует вести процесс оказания услуг, чтобы в конечном счете оказывать услуги, в максимальной степени отвечающие потребностям потребителям;

– степень соблюдения потребительских и технических требований магазином декоративной косметики «Лэтуаль» и его конкурентами «Чудодей» и «Рив Гош»;

– абсолютную и относительную весомость, которые показывают слабые места организации, которые необходимо подтянуть для улучшения качества услуги.

– цели и оценки целей, позволяющие предприятию соблюдать технические требования.

Применение концепции «Дом качества» имеет большое преимущество перед другими инструментами планирования качества, так как обеспечивает предупреждение возможных несоответствий еще до их появления, дает возможность увидеть и проработать недостатки, проявление которых возможно при реализации товара или услуги. Благодаря данной концепции пожелания потребителя становятся встроенными в товар или услугу [5], что позволяет повысить качество конечного товара или услуги и сделать их более востребованными на рынке.

1. ГОСТ Р 51303-2013. Торговля. Термины и определения. – Текст: электронный. – URL: <https://internet-law.ru/gosts/gost/56884/>

2. Ходыревская С.В., Гнездилова Н.Ю. Применение концепции «Дом качества» для улучшения качества услуг – Текст: электронный. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_23418834_16559884.pdf

3. Гвоздев В.Е., Курунова Р.Р., Бежаева О.Я., Ахметова Д.Р. Информационная поддержка принятия решений на ранних стадиях проектирования на основе концепции «Дома качества». – Текст: электронный. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_26056536_76927010.pdf

4. Богачева А.М., Рыбакова Е.С. Проблемы применения метода анализа иерархий при принятии решений. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-primeneniya-metoda-analiza-ierarhiy-pri-prinyatii-resheniy/viewer>

УДК 330

ИССЛЕДОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

А.В. Гаврилова, В.М. Сычева, бакалавры

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. Актуальность темы обоснована тем, что она чрезвычайно важна в современном деловом мире. С развитием технологий и ростом интернет-аудитории компании все чаще используют онлайн-пространство для продвижения своих товаров и услуг. Изучение этой темы позволяет оценить эффективность различных инструментов интернет-маркетинга, таких как контекстная реклама, социальные сети, SEO-оптимизация, email-маркетинг и другие. Анализ этих инструментов поможет вам понять, какие из них наиболее эффективны для конкретной компании, в зависимости от ее целей, бюджета, отрасли и целевой аудитории. Учитывая жесткую конкуренцию в Интернете и быстрое изменение тенденций и поведения потребителей, постоянное изучение инструментов продвижения поможет вам оставаться на плаву и успешно конкурировать. Таким образом, изучение инструментов продвижения предприятия в Интернете является необходимым шагом для успешного развития бизнеса в современном цифровом мире и весьма актуально.

Ключевые слова: информационные платформы, маркетинг, рекламные продукты, исследования, охваты.

RESEARCH OF ENTERPRISE PROMOTION TOOLS ON THE INTERNET

Abstract. The relevance of the topic is justified by the fact that it is extremely important in the modern business world. With the development of technology and the growth of the Internet audience, companies are increasingly using the online space to promote their products and services. The study of this topic allows you to evaluate the effectiveness of various Internet marketing tools, such as contextual advertising, social networks, SEO optimization, email marketing and others. Analyzing these tools helps you understand which ones are most effective for a particular company, depending on its goals, budget, industry and target audience. Given the fierce

competition on the Internet and the rapid change in trends and consumer behavior, constant research on promotion tools will help you stay afloat and compete successfully. Thus, the study of enterprise promotion tools on the Internet is a necessary step for successful business development in the modern digital world and is highly relevant.

Keywords: information platforms, marketing, promotion products, research, coverage.

Цель исследования: Провести исследование инструментов продвижения ООО «Махи-М» в сети Интернет.

Для достижения цели необходимо решить следующие задачи:

1. Рассмотреть теоретические вопросы относительно инструментов продвижения предприятия в сети интернет.

2. Провести анализ статистических данных по использованию инструментов продвижения предприятия ООО «Махи-М»

3. Путем выполнения указанных задач и достижения цели исследования можно получить ценные знания о том, как эффективно использовать инструменты интернет-маркетинга для продвижения предприятия в сети Интернет.

Инструменты продвижения – любое взаимодействие бренда с аудиторией.

В соответствии с поставленными задачами необходимо рассмотреть теоретические вопросы относительно инструментов продвижения предприятия в сети интернет.

Использование сети интернет обладает особенностями и преимуществом по сравнению с обычным маркетингом. Приведем несколько примеров:

- переход основной роли к потребителям от производителей;
- снижение транзакционных издержек и глобализация деятельности;
- персонализация взаимодействия и переход к маркетингу «один к одному».

К плюсам размещения рекламы в сети интернет можно отнести:

- экономию расходов на рекламу.
- быстрое и эффективное достижение целевой аудитории.
- моментальная обратная связь.

Существует не менее 100 маркетинговых инструментов для продвижения и более 1000 площадок, способных обеспечить трафик в любой бизнес, продвигаемый онлайн через Интернет:

- контекстная реклама;
- таргетинг;
- продвижение через сообщество в соц сетях;
- развитие бренда руководителя компании;
- пиар и продвижение через СМИ;
- блогинг;

На рисунке рассмотрим инструменты продвижения.

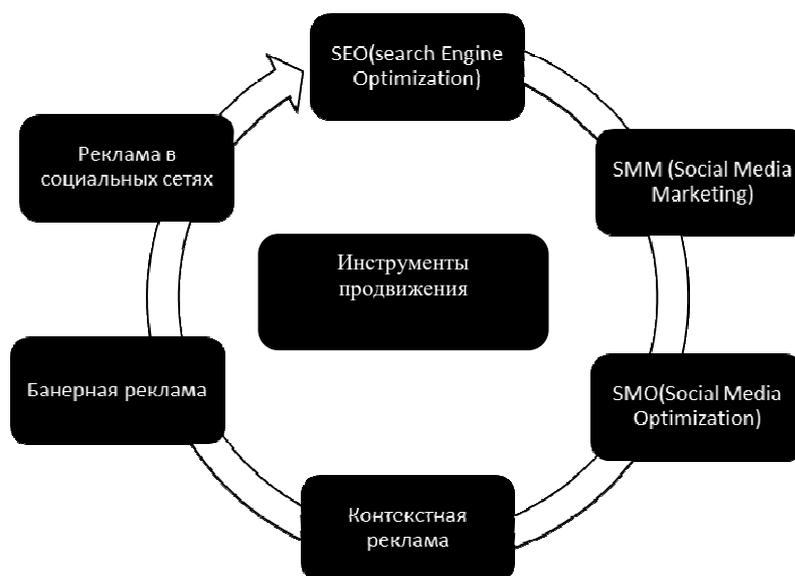


Рис. Инструменты продвижения

Поисковая оптимизация (SEO) – Search Engines Optimization, это оптимизация для поисковых систем. Она разработана для увеличения качественного трафика на разных сайтах. Продвижение сайта в списке в поисковой строке по конкретным ключевым словам и фразами и является результатом поисковой оптимизации.

SMM (Social media marketing) – это продвижение сайта или определенного контента в социальных сервисах путем публикаций новых и актуальных материалов в сообществах, форумах, социальных сетях. Здесь требуется постоянное общение с пользователями, скрытая реклама ваших товаров и услуг. Возможно, использование видео и аудиоматериалов. Считается одним из сложных, так как продвижение должно быть профессиональными не расценивалось как спам.

SMO (Social media optimization) – этот вид очень схож с SEO, однако SMO акцентирован на продвижение сайта путем увеличения ссылок от блогов, форумов и сообществ. В основном эта работа с интересным контентом и его оформлением для удобства пользователя.

Контекстная реклама- это такой тип интернет-рекламы, где рекламное объявление отображается в соответствии с контекстом и содержанием интернет-страниц. Такая реклама действует избирательно и отображается посетителям интернет-страниц, для которых сфера интересов потенциально совпадает с тематикой рекламируемого товара либо услуги, целевой аудитории и поэтому повышается вероятность их отклика на эту рекламу.

Баннерная реклама – баннеры, которые размещаются на целевых ресурсах в сети для того, чтобы привлечь посетителей по определенной цене и за определенный период. Каждый баннер – это такое уникальное сообщение рекламного характера, который может выглядеть как анимация, гиф или статичное изображение. Кликнув на него, пользователь тут же попадает на сайт рекламодателя.

Также не менее важной частью продвижения в сети интернет является разработка сайта.

Сайт-визитка – это сайт начального уровня, состоящий, приблизительно, из одной-пяти страниц. Фактически это небольшое представительство компании в интернете с некими данными о ней, кратким перечнем продуктов и услуг, контактной информацией. На сайтах-визитках размещают простейшие формы взаимодействия с посетителями.

Преимущества сайта:

- отсутствие ограничения во времени по доступу к информации компании;
- рост клиентской базы компании;
- возможность мгновенного обновлять информацию о продуктах и услугах, а также в целом о компании;
- проведение маркетинговых акций, розыгрышей, а также викторин, с целью увеличения торгового оборота;
- организация каталогов товаров с интересной и разнообразной подачей, с целью ознакомления с ними широкой аудитории.

Успех любой SMM-стратегии для социальных сетей состоит в определении реалистичных целей, соответствующих тому, что компания хочет получить от присутствия в социальных сетях.

Основные цели:

- увеличение узнаваемости бренда среди целевой аудитории;
- формирование имиджа компании;
- оптимизация социальных сетей для аудитории;
- увеличение потока потенциальных клиентов в социальных сетях.

Следующим этапом работы нами было проведено исследования инструментов продвижения предприятия: Модельное агентство «Махи-М»

Модельное агентство было организовано в 1997 году и стояло у истоков зарождения модельного бизнеса в Приморском крае.

Девушки и юноши агентства успешно работают на модельном рынке Владивостока: снимаются в рекламных роликах, работают ведущими популярных программ, дикторами на телевидении, участвуют в фотосессиях для гламурных журналов города, принимают участие в выставках по продвижению товаров на рынке Приморского края, участвуют в fashion-показах.

Поддерживаются связи с крупнейшими российскими и зарубежными компаниями.

Компания является автором и организатором детского конкурса талантов "Мини Мисс и Мини Мистер Восток России", конкурса красоты "Мисс Восток России", а также является региональным представителем всероссийских и международных конкурсов.

Рассмотрим актуальные Инструменты продвижения предприятия в сети Интернет, такие как:

1. Социальные сети, такие как: ВКонтакте, Телеграм, Одноклассники, RuTube

2. Farpost
3. ЛовиКупон
4. СМИ
5. Сайт агентства
6. Сообщества-паблики в телеграме.

Проанализировав статистические данные среди социальных сетей «Махи-М» установили, что «ВКонтакте» и «Телеграм» имеют самый большой спрос среди аудитории предприятия. Статистика продвижения агентства через социальные сети в 2022 и 2023–24 гг. представлена в табл. 1.

Таблица 1

Статистика продвижения агентства через социальные сети в 2022 и 2023–24 гг., %

Показатели	Охват, %	
	2022 г.	2023–2024 г.
Социальные сети		
ВКонтакте	50	60
Телеграм	30	40
RuTube	10	0
Одноклассники	10	0

В таблице 1 мы отобразили охват аудитории через четыре социальные сети, такие как ВКонтакте, Одноклассники, Telegram и RuTube. Как показал анализ, ВКонтакте и Telegram всегда имели высокий спрос среди целевой аудитории агентства. Что касается таких социальных сетей как Одноклассники, RuTube, они не являются основным инструментом продвижения, так как не актуальны для нашей аудитории, но активно развиваются, в случае изменения тенденций в социальных сетях.

Анализ продвижения организации через информационные платформы с 2022 по 2024 гг. отражен в табл. 2.

Таблица 2

Анализ продвижения организации через информационные платформы с 2022 по 2024 гг.

Показатели	Охват, %	
	2022 г.	2023–2024 г.
Информационные платформы		
Farpost	50	50
ЛовиКупон	20	25
Сообщества в телеграм	10	25
Сайт агентства	10	0
СМИ	10	0

Как следует из таблицы 2 охват аудитории осуществляется через пять информационных платформ, таких как ЛовиКупон, Сообщества телеграм, Сайт агентства, СМИ и Farpost. На основе таблицы, можно сделать вывод, что Farpost и ЛовиКупон являются самыми важными информационными платформами, среди всех инструментов продвижения. Что касается СМИ и сайта агентства, они являются имиджевой составляющей организации, что считается неотъемлемой частью, но не влияет на продвижение. В 2023–2024 гг. сообщества Telegram стали более популярными из-за санкций на другие социальные сети.

Относительно данных таблицы, можно сделать вывод, что такие платформы, как Farpost и ЛовиКупон являются самыми важными продуктами продвижения.

Что касается СМИ и сайта агентства, они являются имиджевой составляющей агентства, что является неотъемлемой частью, но не влияет на продвижение.

Сообщества Telegram стали более популярными из-за санкций на другие социальные сети.

Развитие всех социальных сетей и продвижение на различных информационных платформах позволяет захватить всю аудиторию.

Таким образом, можно сделать вывод, что инструментов продвижения в сети интернет достаточно большое количество, что позволяет создавать хорошую и качественную рекламу онлайн.

-
1. ООО «Махи-М». – Текст: электронный. – URL: <https://maxi-m.com/> (дата обращения 10.04.2024)
 2. Амирова Д.Р., Храмова А.И. Event-Маркетинг: Сущность и особенности. – Москва. 2021. – 36 с.
 3. Михайлова В.М., Куренова Д.Г., Кривошеева Е.В., Кузнецова О.А. NEW-NORMAL маркетинг в условиях новой нормальности. – Москва. 2020. – 109 с.
 4. Жильцов Д.А. SMM-маркетинг: планирование работы в социальных сетях. – Москва. 2022. – 26 с.

УДК 3977.65

ПАРАЛЛЕЛЬНЫЙ ИМПОРТ: СУЩНОСТЬ, ТЕНДЕНЦИИ, ПЕРСПЕКТИВЫ

Е.А. Демченко, Г.А. Саакян, Ю.А. Сари, бакалавры

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. В данной статье раскрывается суть понятия «параллельный импорт». Обозначены предпосылки принятия решения о частичной легализации параллельного импорта на территории Российской Федерации. Проанализированы современные пути доставки товаров и ключевые страны, с помощью которых осуществляется ввоз товаров параллельным импортом. Выявлены преимущества и недостатки частичной легализации параллельного импорта. Сделан вывод о преимуществе краткосрочного использования каналов параллельного импорта и опасностях в долгосрочной перспективе.

Ключевые слова: параллельный импорт, Россия, импорт, правообладатель, ввоз товаров.

PARALLEL IMPORT: ESSENCE, TRENDS, PROSPECTS

Abstract. This article reveals the essence of the concept of “parallel import”. The prerequisites for making a decision on the partial legalization of parallel imports on the territory of the Russian Federation are outlined. The current routes for the delivery of goods and the key countries through which goods are imported through parallel imports are analyzed. The advantages and disadvantages of partial legalization of parallel imports are revealed. A conclusion is drawn about the benefits of short-term use of parallel import channels and the dangers in the long term.

Keywords: parallel import, Russia, import, copyright holder, import of goods.

В условиях геополитического и экономического давления, выраженного в виде введения восьми пакетов санкций со стороны США и Евросоюза по отношению к Российской Федерации, существует тенденция к значительному сокращению объемов импорта в Россию. Это связано, во-первых, с объемом внешней торговли со странами, которые признаны недружественными для РФ. В 2021 году почти 45% товарооборота приходилось именно на группу недружественных стран, при этом снижение импорта в большинстве странах, включенных в данную группу, оказалось существенным. В данных условиях Правительством РФ было принято решение о частичной легализации параллельного импорта в целях получения необходимых материалов для осуществления процессов, без которых производство и бизнес не смогут продолжить свою работу. Помимо этого, такой способ необходим во избежание дефицита некоторых товаров, а также расширению ассортимента и сдерживанию роста цен.

В этой связи тема данного исследования актуальна, целью исследования является изучение сущности, тенденции, перспектив параллельного импорта. Соответственно, задачи исследования:

1. Рассмотреть сущность и понятие параллельного импорта.
2. Рассмотреть государственное регулирование товаров проходящий параллельный импорт в РФ.
3. Выявить трудности параллельного импорта и проблемы, связанные с логистикой для РФ.
4. Обозначить основные требования к товару при параллельном ввозе товаров в РФ.

29 марта 2022 года Правительство России опубликовало постановление [1, с. 8]. Согласно этому документу, к ряду импортных товаров перестают применяться нормы Гражданского кодекса РФ, которые защищают интересы собственников торговых марок. Другими словами, теперь российское правительство разрешает ввозить в страну некоторые зарубежные товары без согласия их правообладателей – компаний, которые прекратили свою деятельность в РФ.

Вступление в силу данного постановления означало переход определенной группы товаров в сферу действия международного принципа исчерпания права.

Принцип исчерпания права регламентирует условие свободного товарооборота маркированной продукции при правомерном его введении в гражданский оборот правообладателем или уполномоченным лицом. В современном международном законодательстве существует три режима исчерпания права: Международный, Региональный, Национальный.

Международный режим исчерпания права не позволяет препятствовать распространению маркированного товара правообладателя после того, как его правомерно ввели в гражданский оборот в любой стране мира. Правообладатель теряет возможность определять судьбу товара в момент первой продажи.

Региональный режим исчерпания права также запрещает вмешиваться правообладателю в распространение маркированного товара после его введения в гражданский оборот. Однако важно, чтобы легальный оборот был введен на территории определенного регионального союза.

Согласно национальному режиму исчерпания права, правообладатель не может препятствовать товарообороту маркированной продукции, когда она была легальна введена в гражданский оборот на территории конкретного государства. [2, с.8]

Определенный перечень товаров, попадающий под международное исчерпывающее право, регламентирован законодательством [3, с. 8]. Подобное решение российского законодательства имеет причину. Прежде всего сокращение импорта в стране. Частичная легализация параллельного импорта возможна по законодательству ЕАЭС, поэтому, товарный знак можно использовать самостоятельно правообладателем, а также лицу, которое обладает таким правом при наличии лицензионного договора или другому лицу, которое использует товарный знак под контролем непосредственно правообладателя.

Поэтому, законопроекты стали ответом на санкции в отношении импорта товаров, что позволило сгладить негативные последствия данных действий.

Подводя итог к вышеизложенному, можно сформулировать понятие параллельного импорта. Параллельный импорт – это ввоз в страну товаров без согласия правообладателя товарного знака. Импортируемая таким образом оригинальная продукция произведена официальным изготовителем, имеет все необходимые лицензии и разрешения, и не считается контрафактом, ввоз которого в РФ запрещен.

Перейдем к движению параллельного импорта в РФ. Схема параллельного импорта разрешает ввоз в страну продукции под товарным знаком, под которым его правообладатель запретил импорт в это государство. То есть импорт такого товара происходит параллельно официальному, в обход прямых поставок. На рис. 1 представлена схема разницы импорта прямым и параллельным путем.

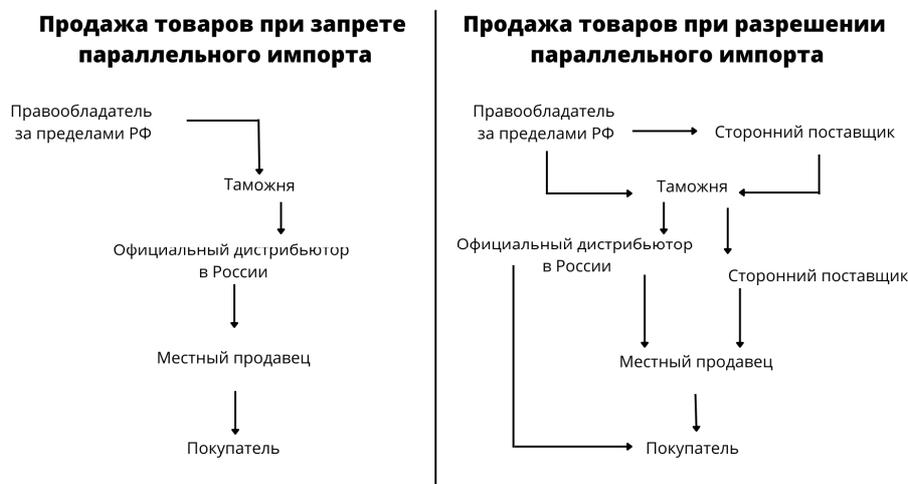


Рис. 1. Различие продажи товаров при разрешении параллельного импорта и его запрете

Сейчас по схеме параллельного импорта с Россией работают Армения, Грузия, Казахстан, Узбекистан, Таджикистан, Китай, Индия, ОАЭ, Бразилия, Израиль, Мексика, Никарагуа, Сингапур, ЮАР, Сербия.

Поток товаров параллельного импорта может поступать как из страны производителя, так и через третьи страны. При этом стоимость такого товара, прошедшего через посредника, может быть выше. Также возможен рост логистических затрат на организацию поставок, поскольку маршруты и схемы перевозок значительно меняются.

Ввиду того, что зарубежные производители теперь не будут поставлять свою продукцию в больших объемах, а закупать и перевозить ее придется частями и через посредников, наладить прежние объемы поставок является трудновыполнимой задачей. Сюда следует добавить изменения, произошедшие на транспортно-логистическом рынке в период пандемии и после объявления санкций. Прежде всего, это отказ иностранных логистических компаний, в том числе морских перевозчиков Maersk, CMA, CGM и MSC, работать с Россией. Компании приостановили доставки грузов в российские порты, а также отказались от букинга морских контейнеров для компаний из России. Также практически не действуют прежние отлаженные маршруты перевозок на европейском направлении, а маршруты из Китая сильно перегружены.

Эта ситуация полностью переформатировала прежнюю картину рынков и маршруты цепочек поставок. Основной поток товаров по параллельному импорту будет проходить через территории соседних государств – Казахстан, Армению, Киргизию, Беларусь – членов ЕАЭС, а также через Китай и Турцию, которые становятся самыми популярными направлениями в этой дистрибутивной схеме.

Остановимся на основных логистических маршрутах параллельного импорта в Россию.

В схеме логистики параллельного импорта первым обращает на себя внимание Казахстан. Этому способствует ряд объективных причин: Россия и Казахстан являются членами ЕАЭС, а, следовательно, на обеих территориях действует общий таможенный режим – отсутствуют таможенные сборы, действует возврат НДС. Казахстанские компании являются поставщиками местной продукции, которую удобно и выгодно доставлять на внутренний российский рынок.

Однако поток параллельного импорта через Казахстан существенно ограничен решением казахстанского правительства по запрету прохождения попавших под санкции товаров в Россию. Так как Казахстан является участником Договора о Евразийском экономическом союзе, то в отношении него применяется региональный режим исчерпания права объектов интеллектуальной собственности. Согласно этому принципу, перепродажа товара в странах- членах ЕАЭС (Россия, Казахстан, Беларусь, Армения, Кыргызстан) без согласия производителя возможна только, если такой товар был ввезен на территорию одной из стран-членов ЕАЭС либо самим производителем – правообладателем, либо дистрибьютором с согласия правообладателя. Еще одним ограничивающим фактором потока параллельного импорта через Казахстан являются недостатки складской логистики и нехватка в стране качественных 3PL-операторов, оказывающих полный спектр логистических услуг в соответствии с современными стандартами. Из-за того, что крупные складские комплексы сориентированы в основном на товарооборот внутреннего рынка Казахстана, а не на обслуживание транзитных грузопотоков, ощущим недостаток складских площадей.

Ввиду перечисленных выше причин, потоки товаров по параллельному импорту закономерно потекли через территорию Турции, которая географически и по уровню развития своей логистической инфраструктуры очень удобна для осуществления дистрибутивной схемы.

Турецкая республика становится связующим вектором между Европой и Россией и сейчас является крупнейшим транспортно-логистическим хабом для грузоперевозок по параллельному импорту. К тому же Турция отказалась от введения санкций против России.

В настоящее время широко используются четыре схемы транзитных поставок товаров через Турцию, попавших в санкционные списки.

Наиболее распространен «косвенный реэкспорт». Турецкая компания осуществляет закупку товара у поставщика из ЕС и доставляет его в Россию прежним маршрутом. Однако в процессе перевозки товар перепродается в Россию. После прибытия товара на таможенную территорию, российская компания-покупатель выпускает его по таможенной процедуре «Импорт 40». Для работы по указанной схеме российской компании нужно иметь либо собственное юридическое лицо в Турции, либо компанию-партнера. Естественно, подобная схема подразумевает дополнительные затраты на организацию поставок: плата за посреднические услуги, дополнительные затраты на ведение внешнеэкономической деятельности, сотрудничество с логистическими компаниями и турецкими таможенными брокерами и т.д.

Также используется схема «ложного транзита», когда товар отгружается в ЕС, следует якобы транзитом через Россию в Турцию, которая указывается как место выгрузки. По прибытии в России на таможенный склад товар перепродается. В этой схеме на стоимость товара существенно влияют двойные таможенные процедуры и дополнительные финансовые транзакции.

При «прямом реэкспорте» товар транспортируется первым покупателем Турцию, где продается российской компании на транзитном таможенном складе. В этой схеме стоимость товара увеличивается за счет дополнительных логистических затрат на перевозку из ЕС в Турцию.

«Ввоз через третьи страны» подразумевает ввоз товара и растаможивание в третьей стране. Затем товар отправляется в Россию по таможенной процедуре «Экспорт». Данная схема является самой дорогостоящей, так как в ней к дополнительным логистическим затратам на перевозки прибавляются таможенные платежи в третьей стране. Однако данная схема используется в случае, если необходимо скрыть конечного российского покупателя от производителя в ЕС.

Актуальным маршрутом в схеме параллельного импорта также является международный транспортный коридор «Север – Юг». Этот маршрут обеспечивает транспортную связь между Россией и Индией – одним из основных торговых партнеров, он проходит через Иран и имеет протяженность около 7000 км. Очевидным преимуществом использования данного транспортного коридора является сокращение расстояния перевозок более чем в два раза по сравнению с перевозкой через Суэцкий канал, а также снижение стоимости перевозки контейнеров.

Интересна схема параллельного импорта из Китая, однако в отличие от турецких партнеров, китайские, в свою очередь, слишком зависят от вторичных санкций. Поэтому при организации поставок товаров по параллельному импорту из Китая возможны ситуации, когда поставщик, опасаясь возникновения проблем с правообладателем, отказывается от поставок товаров, предназначенных для ввоза в РФ. В таких случаях работает схема ввоза через третьи страны.

В китайской схеме параллельного импорта можно выделить следующие направления. Прежде всего, это порты Дальнего Востока. За последние месяцы импорт контейнеров через порт Владивосток вырос более чем в два раза. Наибольший объем грузоперевозок из Юго-Восточной Азии выполняют перевозчики Феско и Синокор. Также между портами Китая и Владивостоком работают небольшие частные перевозчики, число которых постоянно растет. Можно доставлять контейнеры из портов Юго-Восточной Азии и Ближнего Востока морем через китайские порты, а далее, оформляя транзит, по железной дороге через Китай в Россию.

Существуют трудности и ряд логистических рисков при параллельном импорте, которые также будут отражаться в стоимости поставок. Например, рост затрат на логистику происходит из-за увеличения протяженности маршрутов перевозок, включения посреднических компаний. Кроме того, те компании, которые вопреки санкциям, готовы по-прежнему сотрудничать с Россией, почти всегда работают по стопроцентной предоплате поставки и этим существенно повышают требования к величине оборотных средств участников цепочки поставок.

Перейдем к требованиям правительства РФ по поводу товаров, ввозимых параллельным способом в Россию. Ввозимая продукция должна быть оригинальной и легально продаваться на иностранном рынке. В рамках международного режима исчерпания прав официальный изготовитель, продав товар поставщику, лишается права отслеживать дальнейшие цепочки поставок, и поставщик может перепродавать продукцию кому угодно.

Главное, чтобы у первого покупателя-поставщика был договор о купле-продаже, или разрешение от правообладателя. Без этого товар будет считаться контрафактным. Таможенный орган имеет право запросить документы, по которым можно отследить всю цепочку поставок, чтобы убедиться в том, что продукция является оригинальной.

Чтобы импортировать товар в Россию параллельно, во-первых, необходимо заключить контракт с дистрибьютором и проверить товар в Таможенном реестре объектов интеллектуальной собственности.

Во-вторых, следует обратиться к документу, в котором указаны коды ТНВЭД и товарные знаки, продукцию которых можно ввозить, не имея разрешения на право интеллектуальной собственности [2, с.8]. На разрешенные группы товаров распространяется международный принцип исчерпания права. Но при ввозе продукции в рамках параллельного импорта поставка оформляется по всем правилам, предоставляются сопроводительные документы и сертификаты качества, уплачивается пошлина, НДС и таможенный сбор. Список документов и сумма платежей зависят от конкретной позиции и её кодировки по ТНВЭД. При этом данный перечень постоянно обновляется.

В приказе вся информация разбита на три столбца: Первый – код ТНВЭД, по которому продукцию проверяют на таможне. Второй – наименование продукции. В третьем столбце указывается товарный знак или наименование бренда.

На рисунке 2 показан пример ТН ВЭД в документе РФ[2, с.8].

33	Эфирные масла и резиноиды; парфюмерные, косметические или туалетные средства (за исключением товаров, зарегистрированных в качестве лекарственных препаратов и медицинских изделий)	32) 3303 00 (за исключением 27 87 perfumes BARCELONA, A ATKINSONS LONDON 1799, Abercrombie & Fitch, ACQUA DI PARMA, ADOPT, AGATHA, ALEX SIMONE, AMOUROUD, ANTONIO BANDERAS, ANTONIO CROCE, APIVITA, Arabesque, ARNAUD PARIS, ATKINSONS, AVEDA, AVON, Baldessarini, BARBA ITALIANA, BELESTHETIQUE, BENEFIT COSMETICS, BEVERLY HILLS POLO CLUB, BIOSTHETICIEN, Blumarine, BOELLIS, BON PARFUMEUR, BOUCHERON, braccialini, BRING GREEN, Brioni, BRMUD, BRONX COLORS, BURBERRY, BUXOM, BY TERRY, CARLOTHA RAY, CARNER BARCELONA, CAROLINA HERRERA, carven, Cell Fusion C, CHABAUD MAISON DE PARFUM FRANCE, CHARMZONE, CHERIGAN, CHOPARD, Christian Dior, Christian Louboutin, Ciaté, CLARINS, CLE DE PEAU BEAUTE, Collistar, COMME DES GARCONS, CoSTUME
----	--	---

Рис. 2. Пример позиции ТН ВЭД

Соотнеся информацию, с документацией о товаре, принимается таможенным органом принимается одно из следующих решений:

- если в перечне указан код ТНВЭД и наименования брендов, то ввозить можно только продукцию перечисленных брендов;
- если указан код ТНВЭД, а в скобках написано «за исключением» и перечислены торговые марки, значит можно ввозить продукцию с таким кодом, за исключением позиций указанных брендов;
- если прописан код ТНВЭД, а торговые марки не указаны, значит ввозить можно позиции любых брендов.

Если товара в перечне нет, при подаче таможенной декларации от вас потребуют разрешение правообладателя. Для этого делается запрос на имя официального представителя бренда, и, если в течение 10 дней ответ не поступает, таможня выпускает груз. Однако при получении ответа в виде запрета на ввоз товара, то в данном случае в выпуске будет отказано, а груз может быть арестован.

Подводя итоги, выделим будущность частичной легализации параллельного импорта на территории Российской Федерации. Перспективы параллельного импорта заключаются в том, что рынок будет продолжать насыщаться необходимой продукцией, хотя и не в таких объемах, в основном из-за возросших транзакционных издержек, прежде всего, логистических. Это касается чаще всего высокотехнологичной продукции, конкурентное производство которых невозможно в нашей стране. Обобщенная сравнительная характеристика среднесрочных и долгосрочные перспектив частичной легализации параллельного импорта в Российской Федерации представлена в таблице.

Таблица

Перспективы параллельного импорта во временных перспективах

Перспективы параллельного импорта	
Среднесрочные	Долгосрочные
Сдерживание темпов роста цен на определенные товарные группы	Снижение экономической мотивации отечественных производителей к созданию собственной продукции

Перспективы параллельного импорта	
Среднесрочные	Долгосрочные
Ограничение чрезмерного укрепления национальной валюты т.к. среди ключевых негативных последствий – падение выручки от экспорта, снижение рублевых поступлений в бюджет страны, и обесценивание валютных сбережений россиян.	Возникновение проблем с гарантийным и техническим обслуживанием
Обеспечение развития внешнеэкономических связей со странами, через которые осуществляется параллельный импорт (Китай, Турция, Казахстан)	Повышение цен на отдельные позиции, так как все риски закладываются в конечную стоимость
Мотивация к развитию конкурентной среды, и усилению национальной экономики	Ограничение иностранными компаниями продажи собственной продукции в России через договоры с другими зарубежными партнерами

Таким образом, параллельный импорт – это ввоз в страну товаров без согласия правообладателя товарного знака. Важно, чтобы первый поставщик должен его приобрести с разрешения бренда и иметь соответствующие документы. Решение о разрешении параллельного импорта относится к вынужденным мерам в сложившихся геополитических обстоятельствах, но, с другой стороны, является вектором развития новой дистрибутивной схемы и логистических маршрутов доставки товаров, попавших в санкционные списки, на территорию нашей страны и толчком к развитию и поддержанию собственной экономики с уменьшенным импортом в страну.

1. "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая)" от 18.12.2006 N 230-ФЗ (ред. от 30.01.2024) – Текст: электронный. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/d385de69e4ce009809fb698159d15e2abc56ba1c/

2. Постановление Правительства РФ от 29.03.2022 N 506 (ред. от 28.06.2023) "О товарах (группах товаров), в отношении которых не могут применяться отдельные положения Гражданского кодекса Российской Федерации о защите исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности, выраженные в таких товарах, и средства индивидуализации, которыми такие товары маркированы". – Текст: электронный. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_413173

3. Приказ Министерства промышленности и торговли РФ от 19 апреля 2022 г. № 1532 "Об утверждении перечня товаров (групп товаров), в отношении которых не применяются положения подпункта б статьи 1359 и статьи 1487 Гражданского кодекса Российской Федерации при условии введения указанных товаров (групп товаров) в оборот за пределами территории Российской Федерации правообладателями (патентообладателями), а также с их согласия". – Текст: электронный. – URL: <https://base.garant.ru/404580514>

4. Параллельный импорт из Казахстана – Текст: электронный. – URL: <https://sovcombank.ru/blog/biznesu/kak-importirovat-tovari-iz-kazahstana>

5. Отношение с Казахстаном – Текст: электронный. – URL: <https://investfuture.ru/articles/id/parallelnogo-importa-v-rf-cherez-kazahstan-ne-budet>

6. Параллельный импорт с Турцией – Текст: электронный. – URL: <https://delovoymir.biz/perspektivy-i-vozmozhnosti-biznes-partnerstva-i-torgovogo-sotrudnichestva-s-turciey.html>

УДК 338.2

ВЫЯВЛЕНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ

М.И. Дербина, бакалавр

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Аннотация. В статье рассматривается такой аспект реализации товаров на маркетплейсах, как процесс его доставки покупателю. Для совершенствования логистических подходов изучаются особенности логистической деятельности платформ за счёт кабинетного исследования трендов

маркетплейсов, проведения сравнительного анализа схем доставки и формирования стоимости за логистику, выявления достоинств и несовершенств транспортировки заказов на площадках электронной торговли.

Ключевые слова: логистика, маркетплейс, электронная торговля, реализация товара, цикл поставки.

IDENTIFICATION OF THE FEATURES OF LOGISTICS APPROACHES ON MARKETPLACES

Abstract. The article discusses such an aspect of trading goods on marketplaces as the process of its delivery to the consumer. To improve logistics approaches, the features of the logistics activities of the platforms are studied by researching the trends of marketplaces, conducting a comparative analysis of delivery schemes and forming the cost of logistics, identifying the advantages and im-perfections of transporting orders on e-commerce sites.

Keywords: logistics, marketplace, e-commerce, product sales, delivery cycle.

На данный момент всё больше людей отдают предпочтение покупкам онлайн ввиду более широкого ассортимента, экономии времени, возможности ознакомиться с отзывами других покупателей и иными причинами. Наиболее актуальным и востребованным способом интернет-торговли является размещение товаров на маркетплейсах – онлайн-платформах, выступающих посредниками между продавцами и покупателями. Выбор маркетплейса как площадки для осуществления услуг торговли объясняется оптимизацией множества процессов на платформе.

По результатам проведенного Data Insight исследования, на май 2023 года объём продаж лидирующих в России маркетплейсов (Wildberries, Ozon, Мегамаркет, Яндекс Маркет, AliExpress, KazanExpress) составил 4,3 трлн рублей, или 54% от всего рынка электронной коммерции. Количество заказов достигло 3,4 млрд – это 75% рынка [0]. Данные представлены на рисунке.

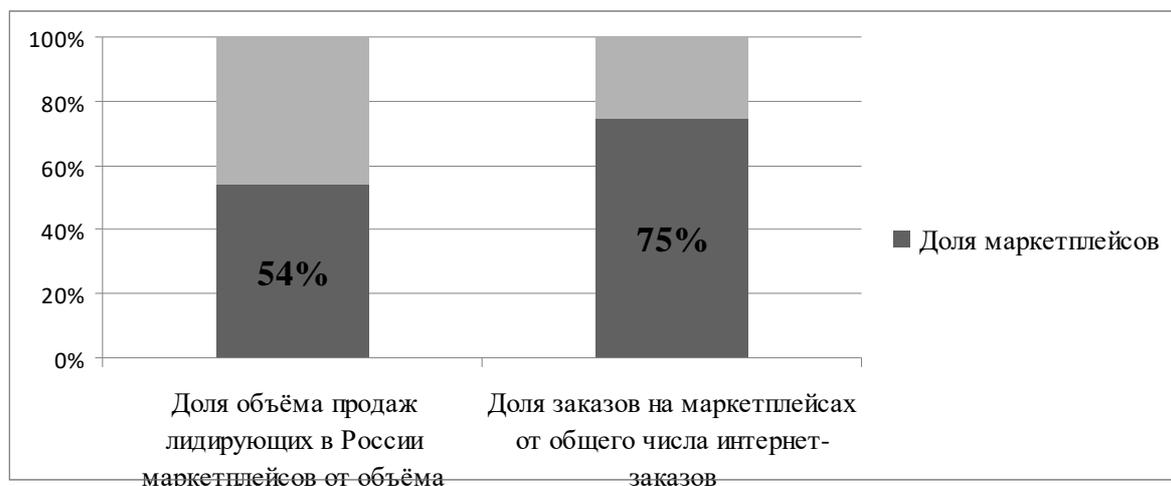


Рис. Данные об объёмах продаж и о количестве заказов маркетплейсов в сравнении с соответствующими данными интернет-торговли в целом

Отображаемые на рисунке данные подтверждают мысль о наращивании деятельности маркетплейсов в настоящее время. Как отмечают специалисты в области интернет-торговли, быстрее развиваются маркетплейсы с высоким уровнем организации логистики, которая при работе с площадками электронной коммерции имеет множество специфических черт. Этим объясняется актуальность исследования, цель которого – изучить логистические подходы маркетплейсов. Для достижения поставленной цели были выдвинуты следующие задачи:

1. Изучить основные тенденции логистики маркетплейсов.
2. Провести сравнительный анализ способов доставки товара и схем формирования стоимости за логистику на примере маркетплейсов «Ozon» и «Wildberries».
3. Выявить достоинства и несовершенства логистики маркетплейсов.

В рамках купли-продажи на площадках электронной торговли цикл поставки имеет определённые особенности. Нельзя не отметить тенденцию к автоматизации и цифровизации. Предос-

тавленные маркетплейсами возможности интеграции различных автоматизированных систем с учётной записью продавца значительно упрощают многие складские операции, а также позволяют отслеживать эффективность логистических процессов, анализируя предлагаемые статистические данные.

Стремительно развивается инфраструктура площадок. Маркетплейсы активно сотрудничают с транспортными компаниями. Например, продавцы «Ozon», которые самостоятельно доставляют заказы покупателям, могут выбрать в качестве перевозчика товара партнёров «Ozon». Ими являются СДЭК, Почта России, Деловые линии и другие компании. Продавцу не нужно самостоятельно заключать договор, а настройки их метода уже внесены в систему [0]. Кроме привычных способов получения товара, площадки интернет-торговли также реализуют доставку потребителю через постамат – автоматизированный терминал, предназначенный для выдачи небольших отправок из интернет-магазинов. Собственные постаматы имеет «Ozon», а маркетплейсы «Wildberries» и «Яндекс. Маркет» реализуют доставку через сеть постаматов «Московский постамат».

Помимо этого, расширяется география обслуживания. Лидирующие маркетплейсы сотрудничают с поставщиками из Китая, Турции и некоторых стран СНГ. Так, в декабре 2023 года владельца маркетплейса «Wildberries» заявила о начале работы с производителями из КНР: китайские продавцы выйдут на платформу и начнут торговать без посредников [0]. Некоторые маркетплейсы пытаются наладить поставки за пределы России.

Таким образом, площадки электронной торговли стараются максимально повысить эффективность процесса доставки товара, увеличить масштабы деятельности маркетплейсов, а также разнообразить варианты организации логистических решений.

Рассмотрим детально существующие схемы транспортировки товара (Таблица 1) на примере двух крупных отечественных маркетплейсов «Ozon» и «Wildberries», максимальная доля которых во втором полугодии 2023 года составила 77% от общего числа оформленных на российском рынке интернет-торговли заказов [0].

Таблица 1

Описание схем доставки товара, реализуемых "Ozon" и "Wildberries"

Критерии сравнения	Название схемы		
	FBO	FBS	DBS
Описание схемы доставки товара	Продавец транспортирует товары на склад для хранения; хранение, сборку заказов, отправление и возвраты осуществляет маркетплейс.	Товар хранится на складе продавца, после осуществления заказа товар отправляют в пункт приема маркетплейса, который осуществляет доставку покупателю.	Продавец осуществляет хранение и доставку товара до потребителя с привлечением собственных ресурсов; маркетплейс служит «витриной».
Доступность на Wildberries	Доступно («Fulfillment by Wildberries»)	Доступно («Маркетплейс»)	Доступно только юр. лицам в Москве и Санкт-Петербурге («Витрина»)
Доступность на OZON	Доступно (FBO)	Доступно (FBS)	Доступно (Real FBS)

Как видно из схемы, маркетплейсы реализуют доставку по 3 основным моделям: FBO, FBS, DBS. Ознакомимся с каждой из них.

FBO (Fulfillment by Operator) – схема транспортировки, при которой товары отгружаются на склад маркетплейса, который осуществляет дальнейшие операции (хранение, сборка заказа, отправление покупателю, возвраты). Работа с вариантом FBO выгодна для поставщиков, не имеющих собственного склада, осуществляющих товарами с коротким сроком реализации, рассчитывающих на широкий охват территории продаж.

«Ozon» также реализует похожую схему под названием FBP (Fulfillment By Partner) – схема продажи, в соответствии с которой вы можете разместить свои товары на партнёрских складах Ozon, где будет осуществляться хранение, обработка, а впоследствии доставка заказов [0]. Склады расположены на территории Китая.

При схеме FBS (Fulfillment by Seller) поставщик хранит товар на собственном складе, а после поступления заказа транспортирует его в пункт приёма маркетплейса, который доставляет товар покупателю. Преимущества сотрудничества по FBS заключаются в том, что нет необходимости

осуществлять плату за хранение товара маркетплейсом, однако важно доставить заказ до пункта приёма в рамках назначенного времени. Модель FBS подходит для реализации товаров, не соответствующих по габаритам и/или условиям размещения для хранения их на складах площадки электронной торговли.

DBS (Delivery by Seller) – это способ доставки товара, при котором маркетплейс выступает лишь витриной, а продавец осуществляет все процессы реализации товара – от хранения до доставки потребителю – самостоятельно. Работу по схеме DBS рекомендуется выбирать продавцам, имеющим собственный склад и службу доставки, планирующим торговлю нестандартными и/или высокобюджетными товарами. Также учитывается, что в некоторых населённых пунктах, куда планируется доставлять товар, нет сортировочных центров и складов маркетплейса, пунктов выдачи заказов. В таком случае вариант доставки по модели DBS является единственным возможным, так как продавец реализует транспортировку товара с привлечением сторонних логистических компаний [0]. Продавцы могут совмещать несколько схем доставки.

Учитывая описанные особенности различных моделей доставки товара, можно подвести итог: выбор той или иной схемы зависит от характеристик товара (габаритов, стоимости, условий хранения и транспортировки), частоты его заказа клиентами; характеристик и расположения складов маркетплейса; характеристик и наличия собственного склада; планируемой географии продаж; вариативности и стоимости логистических услуг площадок электронной торговли или сторонних транспортных компаний.

Хотелось бы обратить внимание на последний пункт: стоимость логистических услуг. Важно разобраться с политикой ценообразования маркетплейсов, чтобы понять, насколько выгодна работа с той или иной площадкой по конкретной схеме. Рассмотрим, за что платит поставщик при существующих моделях доставки (Таблица 2). Схема DBS в таблице не учитывается, так как при данном варианте поставщик за логистику платит не платформе, а компании, осуществляющей транспортировку товаров до потребителя.

Таблица 2

Схема формирования стоимости логистики на маркетплейсах "Ozon" и "Wildberries" в зависимости от модели доставки

Модель доставки	Название маркетплейса	
	Ozon	Wildberries
FBO	Размещение товара на складе + «Логистика» (зависит от объёма товара, учитывается влияние индекса локализации) + «Последняя миля» (зависит от стоимости товара)	Размещение товара на складе (зависит от габаритов товара, склада отгрузки, типа тары, коэффициента логистики и хранения ¹) + Доставка потребителю (зависит от габаритов и влияния индекса локализации)
FBS	Обработка отправления (зависит от габаритов, количества единиц отправок, точки отгрузки) + «Логистика» (зависит от объёма товара) + «Последняя миля» (зависит от стоимости товара)	Доставка потребителю (зависит от габаритов+влияние коэффициента логистики и хранения)

В соответствии с представленными в схеме данными, стоимость логистики маркетплейсов формируется из множества составляющих. При работе по схеме FBO поставщик платит за размещение товара на складе (приёмка, хранение). На «Ozon» хранение товара платное в большинстве случаев на товары с низким уровнем оборачиваемости. «Wildberries» же учитывает габариты товара (в литрах), вид упаковки, загруженность склада, на котором планируется хранить товар, а также коэффициент логистики и хранения. Перейдём непосредственно к логистике. «Ozon» разделяет этот этап на две части. Первая часть так и называется – «Логистика». Она включает в себя комплектацию, упаковку и сортировку товара на складе, а также магистральную доставку (перемещение между складами). Цена зависит от объёма товара в литрах, а также влияния индекса локализации, о котором будет сказано далее. Вторая часть – «Последняя миля» – это доставка от сортировочного центра непосредственно до потребителя (до пункта выдачи, постамата или

¹ Коэффициент логистики и хранения – это показатель достоверности габаритов товара за последние 30 дней. Стоимость логистики не меняется, если у продавца менее 10% отклонений и возрастает в 4 раза при 100% расхождений [0].

отправка курьером). Плата варьируется в зависимости от стоимости самого товара. На «Wildberries» цена логистики зависит от габаритов товара, а также от влияния индекса локализации.

При модели FBS поставщик платит за доставку товара потребителю, а также обработку отправления (при работе с «Ozon»). Обработка отправления «Ozon» включает в себя приёмку и сортировку посылок. Отдать их можно двумя способами: вызвать курьера-сотрудника маркетплейса или привезти самостоятельно в пункт приёма – от этого зависит стоимость. Также учитываются габариты товаров, количества единиц отправок, склад отгрузки. Следующие этапы у маркетплейсов не сильно отличаются от соответствующих схем формирования стоимости при работе по схемам FBO. Отличием является лишь то, что при FBS при ценообразовании за услуги логистики не учитывается индекс локализации. Также обратим внимание: «Wildberries» в доставке потребителю учитывает коэффициент логистики и хранения.

В таблице 2 можно заметить неизвестное понятие – индекс локализации. Это ещё одно нововведение 2023 года. Формируется он на основе анализа географии продаж и равен отношению количества локальных заказов к общему количеству проданных товаров. Если товар доставляется покупателю из того же кластера, в котором он находится, то индекс увеличивается. Такие кластеры называются локальными. Если товар поставляется из другого кластера, индекс локализации снижается. Индекс отражает размер скидки или наценки на условия логистики. Это нововведение информативно для поставщиков: при грамотном анализе они могут распределить товары по регионам так, чтобы максимально снизить затраты на логистику [0].

Анализ механизмов ценообразования свидетельствует о том, что стоимость за логистику маркетплейсов формируется из множества деталей. Некоторые из них могут подвергаться корректировке каждый день независимо от воли продавца. Помимо этого, площадки электронной торговли постоянно изменяют тарифы, что вносит определённую путаницу в работу поставщиков.

Для всех схем торговли предусмотрена комиссия за продажу, которая зависит от способа доставки. Стоит учитывать и возможные штрафы, например, при нарушении срока отгрузки. На Ozon и Wildberries проводится логистическая экспертиза по двум главным критериям: дата отгрузки товара PSD (Promised shipment date) и дата доставки товара потребителю PDD (Promised delivery date) [0, с. 95]. За неоднократные нарушения сроков продавца могут заблокировать на платформе. Также оштрафовать продавца могут за неправильную маркировку товара, товар несоответствующего качества, ошибки при отгрузке на склад, нарушения оферты.

Ознакомившись с трендами и особенностями логистики маркетплейсов, следует сказать о существующих несовершенствах площадок электронной торговли. В отличие от давно существующих интернет-магазинов, во взаимодействие с маркетплейсами вовлечено большее число контрагентов (и поставщиков, и покупателей), что вызывает трудности в управлении логистической деятельностью [0, с. 5]. К числу специфических проблем площадок электронной торговли можно отнести следующие:

Во-первых, ввиду более широкого ассортимента маркетплейса, возникают сложности в ведении складского учёта. Ошибки как со стороны маркетплейса, так и со стороны поставщика приводят к необоснованным штрафам, финансовым потерям, задержкам или отменам отправок.

Во-вторых, трудность координации деятельности множества поставщиков. Распространена торговля несоответствующими описанию товарами, известны случаи продажи на маркетплейсах контрафактной, не лицензируемой продукции. Так, по данным исследования IQ Technology с июля 2022 года по июль 2023 года доля контрафактных смартфонов на российских маркетплейсах составила 31 %, ноутбуков – 30 %, умных часов – 63 %, наушников и колонок – 69 % [0].

В-третьих, значительное количество поставщиков не обладает должным уровнем компетенций в области поставок, что сказывается на качестве выполнения заказов покупателей [0, с. 6].

Наконец, как уже было сказано, постоянно изменяющиеся тарифы маркетплейсов и условия сотрудничества негативно влияют на прибыль поставщиков. Вследствие непредвиденного увеличения издержек также может резко возрасти цена на товар, вызвав недовольство у потребителей.

Таким образом, для дальнейшего наращивания объёмов деятельности маркетплейсов, площадки электронной торговли стараются предлагать поставщикам и потребителям наиболее выгодные условия, чтобы они в будущем были готовы вновь и вновь возвращаться на платформу. В ходе исследования были выявлены особенности логистических подходов на маркетплейсах с учётом существующей практики, выяснилось следующее: маркетплейсы совершенствуются преимущественно в направлениях индивидуализации логистических подходов, их оптимизации (в том числе автоматизации). Эти особенности следует принимать во внимание поставщикам при входе на рынок. Внимание стоит обратить на важность информационной интеграции в логистике мар-

кетплейсов, а также интеграции транспортных служб. Ввиду новизны площадок в России, все этапы реализации товара, включая процессы транспортировки, с одной стороны, стремительно совершенствуются, с другой – имеют некоторые, пока не решённые проблемы, преимущественно в области управления логистической деятельностью. Учитывая темпы развития площадок, для устранения существующих несовершенств от маркетплейсов ожидается принятие новых логистических решений и трансформация подходов к доставке товара потребителю.

1. Маркетинговое исследование. Стратегия eCommerce 2023: тренды и прогнозы 2023 – Текст: электронный // Data Insight. – 2023. – URL: https://datainsight.ru/DI_FedorVirin_eCommerce_Oborot_2023 (дата обращения: 20.02.2024).
2. SelSup: [сайт]. – URL: <https://selsup.ru/> (дата обращения: 14.02.2024).
3. Wildberries вышел на китайский рынок. – Текст: электронный // РБК: [сайт]. – 2023. – URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/18/12/2023/657f3e8f9a7947745b30eae6 (дата обращения: 18.03.2024).
4. Продажа со склада партнёра (FBP). – Текст: электронный // Ozon. Справочник: [сайт]. – URL: <https://docs.ozon.ru/global/fulfillment/fbp/?country=CN> (дата обращения 20.03.2024).
5. Как выбрать способ доставки товара при работе с маркетплейсами – Текст: электронный // Точка. Справочная: [сайт]. – 2023. – URL: <https://allo.tochka.com/dostavka-tovara-marketplace> (дата обращения 05.03.2024).
6. Дедков Д. Роль логистики в экосистемах маркетплейсов – Текст: электронный // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2022. – № 5-4 (68). – С. 93-97. DOI: 10.24412/2500-1000-2022-5-4-93-98. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-logistiki-v-ekosistemah-marketpleysov> (дата обращения: 05.02. 2024).
7. Виноградов А.Б. Проблемы и особенности логистической поддержки деятельности маркетплейсов. – Текст: непосредственный // Логистика и управление цепями поставок. – 2019. – №5. – С. 3-10.
8. Легко подделались. На маркетплейсах растёт число контрафактной электроники – Текст: электронный // Коммерсантъ: [сайт]. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6109582> (дата обращения: 21.02.2024).

УДК 656.078

СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ БЕЗОПАСНОСТИ И СЕРВИСА ПРОМЫШЛЕННЫХ И ПАССАЖИРСКИХ ПЕРЕВОЗОК НА АВТОМОБИЛЬНОМ ТРАНСПОРТЕ

П.С. Дивнич, бакалавр
О.В. Лайчук, канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. *Автомобильный транспорт играет ключевую роль в современном обществе, обеспечивая мобильность и простоту передвижения, как людей, так и грузов. Вместе с тем, вопросы безопасности и качества сервиса в автомобильной промышленности остаются актуальными и требуют постоянного внимания и научных исследований. В данной работе рассматриваются основные аспекты безопасности и сервиса автомобильного транспорта с целью выявления современных вызовов и возможных путей их решения.*

Ключевые слова: *автомобильный транспорт, безопасность, сервис, автопилот, комфорт, вспомогательные системы.*

MODERN ASPECTS OF SAFETY AND SERVICE OF INDUSTRIAL AND PASSENGER TRANSPORTATION IN ROAD TRANSPORT

Abstract. *Road transport plays a key role in modern society, providing mobility and freedom of movement for both people and goods. At the same time, issues of safety and quality of service in the automotive industry remain relevant and require constant attention and scientific research. This paper examines the main aspects of road transport safety and service in order to identify modern challenges and possible ways to solve them.*

Keywords: *road transport, safety, service, autopilot, comfort, auxiliary systems.*

Современные технологии и требования к автомобильной безопасности и сервису постоянно совершенствуются, что создает необходимость в постоянном исследовании и анализе с целью повышения уровня безопасности и комфорта для участников дорожного движения. Целью настоящего исследования является выявление актуальных проблем безопасности и сервиса автомобильных перевозок и разработка рекомендаций по их улучшению. Для достижения поставленной цели были выделены три основные задачи: проанализировать современное состояние безопасности и сервиса в автомобильной промышленности; выявить основные факторы, влияющих на уровень безопасности и комфорта при использовании автомобильного транспорта; разработки рекомендаций по обеспечению мер безопасности и сервиса участников автомобильных перевозок.

Методы количественного и качественного анализа литературных источников, анализ статистических показателей позволили выявить ряд тенденций в области безопасности и сервиса автомобильного транспорта.

Автомобильная индустрия развивается быстрыми шагами, так за последние сто лет автомобилестроение развилось от транспортных средств, которые от кареты отличались лишь наличием малоэффективного двигателя (удачным примером служит Austin 7 с 10 л.с.) до комфортабельных и практичных кроссоверов, хетчбеков и седанов с множеством датчиков помощи водителю и даже автопилотом, прямо как в самолёте (например, Audi Q5 e-tron). И если о безопасности, комфорте и технологиях думают непосредственно автопроизводители, потому что от этого зависит их прибыль, то дорожная инфраструктура, в которую входит состояние дорожного полотна, разметка, средства освящения и тщательно продуманная интеграция дорожного ограждения, мало кому приносит прибыль и федеральное или муниципальное управление автомобильных дорог не так заинтересовано в развитии или хотя бы поддержании нормального состояния дорожной инфраструктуры.

Рассматривая уровень комфорта, автомобильный транспорт достиг высоких показателей в данном направлении – шумоизоляция, плавность хода подвески, высококлассные материалы и современные технологии позволяют получить максимальный комфорт от использования личных автомобилей или грузовых ТС.

Помимо уровня комфорта автопроизводители для повышения безопасности внедряют системы помощи водителю, которые помогают как при манёврах в узких городских пространствах, позволяя за счёт парковочных датчиков и камер кругового обзора безопасно для чужого имущества и здоровья пешеходов совершать манёвры, так и на дорогах. Также за счёт специальных датчиков и сенсоров такие системы позволяют предупреждать о столкновении, тормозить за водителя, держать дистанцию перед впереди идущим автотранспортом и мониторить слепую зону, которая создаёт трудности у водителей при перестроении на соседнюю полосу.

Благодаря технологиям, внедряемым автопроизводителями, эти элементы помогают повысить уровень безопасности на дорогах и снять часть задач с плеч водителя, облегчая ему некоторые элементы вождения. Одни лишь автоматические тормозные системы снижают количество столкновений сзади на 43% [1].

Автономные технологии вождения гарантируют значительное повышение уровня безопасности на дорогах. По результатам недавнего исследования, проведенного страховым институтом дорожной безопасности, была оценена реальная эффективность системы экстренного торможения для предотвращения лобовых столкновений. Полученные результаты оказались впечатляющими, признавая значительное сокращение аварий благодаря применению указанных технологий [1].

За счет интеллектуальной опции помощи водителю уменьшение столкновений сзади авто составило 43%, а в случае передних преимуществ технологий оценивается в 64% по сравнению с привычными транспортными средствами без подобных разработок [1].

Эксперты подчеркивают, что даже наличие базовой системы предупреждения лобовых столкновений, не включающей автоматическое торможение, значительно повышает безопасность по сравнению с автомобилями, лишенными таких технологий. Сокращение аварий составило 17%, а столкновения спереди и сзади с травмами уменьшились на 30% [1].

Кроме общего снижения количества аварий, использование технологий также привело к уменьшению числа аварий с травмами. По мнению ряда исследований это объясняется тем, что водители получают предварительное предупреждение о возможных столкновениях, как в случае с датчиками слепых зон, что в свою очередь позволяет им избежать аварийных ситуаций [1]. Данные технологии особенно важны для водителей, которые работают в сфере грузоперевозок и проводят много времени за рулём, что сказывается на их утомляемости и, как следствие, внимательности.

Уже с 2022 года более 20 автопроизводителей обязались внедрить эту технологию в стандартное оборудование новых автомобилей. На первый взгляд простые технологии, к которым водители уже успели привыкнуть, повышают уровень безопасности на дорогах в разы [1].

Однако не все инновационные решения работают независимо от дорожной инфраструктуры – речь идёт об автопилоте. Не секрет, что это тренд последнего времени. Ранее автомобили с системами автопилота представлялись как что-то из области фантастики, но в настоящее время это перспективное направление, которое активно развивается и становится реальностью. Использование сложных программ и специальных устройств для управления автомобилем без постоянного участия человека уже прошло успешные тесты, и многие автопроизводители такие как Tesla, Audi, Porsche, Toyota, Subaru, Volvo и некоторые другие автопроизводители выпускают свои модели с такой технологией. Однако термин «автопилот» не следует путать с устройствами для полностью беспилотного управления. Автопилот представляет собой совокупность технологий, направленных на снижение нагрузки на человека при управлении транспортным средством. Он помогает в поддержании курса, компенсации изменчивости окружающей среды и коррекции отклонений во время движения. В процессе движения автопилот контролирует предварительно заданные безопасные параметры маршрута и соблюдает установленные ограничения эксплуатации [2]. Другими словами, система считывает дорожные знаки, для определения ограничений и скорости, благодаря радарам определяет плотность движения и при наличии хорошей разметки удерживает автомобиль в полосе, при включении поворотника сам перестраивается. Важно отметить, что водитель по-прежнему находится за рулем и следит за движением, поскольку несет ответственность за все происходящее на дороге.

В России ни Федеральный закон от 10.12.1995 № 196-ФЗ «О безопасности дорожного движения», ни «Устав автомобильного транспорта и городского наземного электрического транспорта», ни правила дорожного движения не предусматривают полностью автономное управление автомобилями без участия водителя. Поэтому автопроизводители внедрили системы, которые отслеживают, контролирует ли водитель работу автопилота или нет. Так, в Tesla Model 3 и Model Y используются камеры над зеркалом заднего вида для контроля внимания водителя во время работы автопилота, в других моделях используются датчики прикосновения на руле, а в Audi e-tron необходимо периодически покачивать руль, чтобы система распознала, что водитель следит за движением. В противном случае сработают звуковые сигналы и различные индикаторы, предупреждающие водителя о срабатывании принудительной остановки автомобиля в случае, если водитель продолжит отвлекаться [3].

Согласно докладу Всемирной организации здравоохранения о безопасности дорожного движения, каждый год на дорогах мира теряют жизнь 1,35 миллиона человек, а от полученных травм страдают еще 20–50 миллионов людей [4].

Наиболее распространенные причины дорожно-транспортных происшествий объясняются крайне просто – человеческой неосторожностью. И в первую очередь, это связано с превышением скорости. Увеличение средней скорости движения на 1% приводит к увеличению риска ДТП со смертельным исходом на 4% и риска серьезных аварий на 3%, согласно данным Всемирной организации здравоохранения [4]. Также водители часто пренебрегают правилами дорожного движения и отвлекаются на социальные сети и мессенджеры, от чего возрастает риск возникновения ДТП.

В большинстве известных на сегодняшний день аварий с участием автопилота ответственность, в той или иной степени, также лежит на человеке. «В отличие от водителя, беспилотный автомобиль не может переключить внимание на что-то другое или отвлечься, – говорят в Яндексе. – У него не существует слепых зон или направленного фокуса внимания. Например, человек может сосредоточиться на боковом зеркале и не заметить, что происходит прямо перед капотом, а беспилотный автомобиль устроен так, чтобы одновременно видеть и анализировать всё происходящее вокруг» [4].

Дело в том, что, когда водитель включает вспомогательные системы управления, транспортное средство под управлением автопилота никогда не превысит скорость, не перестроится в едущий по соседней полосе грузовик или упустит дистанцию до впереди идущего автомобиля и врежется – всё контролируется датчиками и программой, которая в случае отказа оповещает об этом водителя и отключается.

Эксперты из Института данных о потерях на дорогах (IHNS-HLDI) и Института страхования безопасности дорожного движения, проанализировав 5000 ДТП, выяснили, что при включённом автопилоте можно было бы избежать 34% ДТП [5].

С учётом того, что всё больше автомобилей оснащается системами адаптивного круиз-контроля [6], системой удержания в полосе, и экстренным торможением, можно было бы сделать вывод, что уровень безопасности вместе с комфортом будут повышаться сами по себе, но это не так. Дело в том, что основные функции автопилота, такие как система удержания в полосе (в том числе предупреждение о выезде на встречную полосу), смена полосы и определение траектории движения работают от датчиков, которые считывают разметку, нанесённую на дорожное полотно, и если дорожное полотно недостаточно ровное, не содержит разметку или же её качество низкое и она плохо нанесена, то автопилот не сможет полноценно работать и деактивируется [7]. Вся система способна полноценно функционировать лишь в условиях, где дорожное полотно оформлено в соответствии с общепринятыми стандартами. Функции автопилота, работающие полагаясь на дорожное полотно, особенно важны для водителей, которые проводят длительное время за рулем автомобиля и могут потерять максимальную бдительность, рискуя съехать с полосы движения незаметно для себя. Часто такому риску подвергаются водители, работающие в сфере грузоперевозок.

14 июля 2023 года транспортная компания ПЭК отправила первый беспилотный грузовик КамАЗ со своим грузом из Санкт-Петербурга в Москву и обратно. Несмотря на то, что большую часть маршрута груз идёт по магистрали в беспилотной фуре, весь процесс контролирует водитель, сидящий рядом. Благодаря тому, что большую часть маршрута фура едет в беспилотном режиме, нагрузка с водителя снижается, и фура может следовать до пункта назначения без остановок на перерыв, которые необходимо делать каждые четыре часа, тем самым увеличивая грузопоток за счёт увеличения числа рейсов. Но одной из основных причин, позволяющих выполнять данную беспилотную перевозку груза, является трасса М11, которая соответствует всем показателям качества дорог в РФ [8]. Только наличие стандартизированной дорожной инфраструктуры позволяет тестировать беспилотные технологии, снижающие аварийность на дорогах и увеличивающие грузопоток.

Рейтинг российских регионов по качеству дорог показал, что по итогам 2022 года Приморский край находится на 27 позиции по уровню качества дорог и имеет долю в 59,5% автодорог, отвечающих нормативным требованиям, что является не самым плохим показателем. Однако по ходу движения списка эта доля у регионов снижается до 13,3% в Архангельской области, которая занимает 85 места в данном рейтинге [9]. Этот показатель говорит не только о невозможности использования систем автопилота, предотвращающих аварийные ситуации на дороге, но и о невозможности безопасно управлять автомобилем в принципе.

На основании приведённых данных следует сделать вывод о том, что автомобильная промышленность стремительно развивается, предлагая высокотехнологичные и безопасные транспортные средства. Однако проведённое исследование показало, что дорожная инфраструктура, являющаяся неотъемлемой частью транспортной системы, часто остается без должного внимания со стороны государственных органов. В результате безопасность и комфорт на дорогах во многом зависят от усилий автопроизводителей, которые внедряют системы помощи водителю, автоматические технологии вождения и повышают уровень комфорта в транспортных средствах. Несмотря на значительный прогресс в области автомобильных технологий, реальное повышение безопасности на дорогах требует комплексного подхода, включающего не только улучшение автомобилей, но и совершенствование дорожной инфраструктуры. Поэтому в качестве рекомендаций предлагается повысить долю автодорог, отвечающих нормативным требованиям, которые помимо всего прочего включают наличие качественной разметки и высококачественного дорожного полотна, что приведёт к возможности использования вспомогательных систем автопилота и как следствие повышению уровня безопасности на дорогах. Только тесное взаимодействие производителей автомобилей и государственных органов позволит создать действительно безопасную и комфортную среду для автомобилистов.

1 Автоматические тормозные системы. – Текст: электронный. – URL: <https://car.ru/news/automobili/33779-avtomaticheskie-tormoznyie-sistemyi-snizhayut-uroven-stolknoveniy-na-43-protsesta/> (дата обращения: 02.04.2024)

2 Автомобили с автопилотом: что такое, плюсы и минусы. – Текст: электронный. – URL: <https://avilon.ru/articles/avtomobili-s-avtopilotom/> (дата обращения: 02.04.2024)

3 Tesla начала использовать камеры в салонах машин для контроля водителя при работающем автопилоте. – Текст: электронный. – URL: <https://vc.ru/transport/251728-tesla-nachala-ispolzovat-kamery-v-salonah-mashin-dlya-kontrolya-voditelya-pri-rabotayushchem-avtopilote?ysclid=lujbdlbotq403159888> (дата обращения: 02.04.2024)

- 4 Смогут ли беспилотники избавить мир от ДТП. – Текст: электронный. – URL: https://auto.ru/mag/article/smogut-li-bespilotniki-izbavit-mir-ot-dtp/?ysclid=lujc8cixy8804272734&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2F (дата обращения: 02.04.2024)
- 5 Эксперты выяснили, сколько аварий может предотвратить автопилот. – Текст: электронный. – URL: <https://auto.rambler.ru/roadaccidents/44304727-eksperty-vuyasnili-skolko-avariy-mozhet-predotvratit-avtopilot/?ysclid=lujd8oo6z9166776614> (дата обращения: 02.04.2024)
- 6 Что такое адаптивный круиз контроль. – Текст: электронный. – URL: <https://dzen.ru/a/XZyso9TwegCst7iD> (дата обращения: 02.04.2024)
- 7 Система контроля полосы (LKA): Виды, принцип работы, функционал, преимущества и недостатки. – Текст: электронный. – URL: <https://naavtotrassse.ru/encziklopediya/sistema-kontrolya-polosy-lka.html?ysclid=lujdp2vken667033751> (дата обращения: 02.04.2024)
- 8 ПЭК запустила перевозки грузов с помощью беспилотного транспорта. – Текст: электронный. – URL: <https://pecom.ru/press-center/press-releases/pek-zapustil-perevozki-gruzov-s-pomoshchyu-bespilotnogo-transporta/> (дата обращения: 02.04.2024)
- 9 Рейтинг российских регионов по качеству дорог. – Текст: электронный. – URL: <https://riarating.ru/infografika/20230703/630244852.html?ysclid=lujc4t2sne634361889> (дата обращения: 02.04.2024)

УДК 339.138

ИССЛЕДОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ ПРОДВИЖЕНИЯ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

М.У. Жидкова, А.Д. Сушкина, бакалавры
В.В. Жохова, канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. В XXI веке Интернет стал неотъемлемой частью жизни современного человека, почти во всех странах мира интернетом пользуется значительная часть населения, не зависимо от пола и возраста. Из года в год создаются все более современные гаджеты, технологии и инструменты для его использования. Интернет значительно упростил и ускорил взаимодействие людей друг с другом. Вследствии этого очевидно, что, интернет активно используется для бизнеса, создаются и используются новые методы продвижения товаров и услуг. В настоящее время любая современная компания имеет свой собственный сайт, например интернет-магазины, корпоративные сайты, сайты-визитки и т.п. Некоторые используют сайт просто для увеличения узнаваемости бренда и ознакомления с компанией, например крупные промышленные предприятия, у их сайтов нет задачи, продать товар через интернет, тут сайт представляется как имиджевая составляющая.

Ключевые слова: маркетинг, бизнес, рынок, инструменты продвижения, способы продвижения.

RESEARCH OF INTERNET PROMOTION TOOLS

Abstract. In the 21st century, the Internet has become an integral part of the life of a modern person; in almost all countries of the world, a significant part of the population uses the Internet, regardless of gender and age. From year to year, more and more modern gadgets, technologies and tools for its use are created. The Internet has greatly simplified and accelerated the interaction of people with each other. As a result, it is obvious that the Internet is actively used for business, new methods of promoting goods and services are being created and used. Currently, any modern company has its own website, for example online stores, corporate websites, business card websites, etc. Some use the site simply to increase brand awareness and familiarize themselves with the company, for example, large industrial enterprises, their sites do not have the task of selling goods via the Internet, here the site is presented as an image component.

Keywords: marketing, business, market, promotion tools, promotion methods.

Цель, проблема и актуальность исследования

Актуальность исследования: необходимость знаний инструментов, их возможности и особенности эффективного продвижения товаров и услуг в сети Интернет.

Проблема: недостаточность проведенных исследований по инструментам продвижения в сети Интернет.

Цель работы: провести кабинетные исследования основных инструментов продвижения предприятия в сети Интернет.

Для достижения цели поставлены следующие задачи:

- определить инструменты продвижения предприятия в сети Интернет;
- классифицировать и описать инструменты интернет-продвижения;
- рассмотреть особенности продвижения предприятия в сети Интернет;
- выявить основные стратегии интернет-продвижения предприятия.

Объектом является инструменты интернет-продвижения.

Предметом в данной работе является исследование основных инструментов продвижения предприятия в сети Интернет.

Определение, классификация и описание инструментов продвижения предприятия в сети Интернет

Инструментами развития бизнеса являются любые взаимодействия между продуктом товаров и услуг и аудиторией. Наиболее популярные инструменты: реклама, PR, стимулирование сбыта, личные продажи. Следует отметить основные инструменты онлайн-продвижения для бизнеса:

- поисковая оптимизация (SEO);
- поисковая реклама (да-да, не удивляйтесь!);
- реклама в сетях;
- SMM и таргетированная реклама;
- карты Яндекс и Гугл;
- обзор;
- виджеты на сайте;
- квизы.

Интернет-продвижение состоит из двух этапов:

Шаг 1. Внешняя реклама, которая размещается на неклиентском сервисе. Наружная реклама – это реклама или баннер, привлекающий внимание. Целевое действие потенциального клиента – переход на ресурс рекламодателя.

Шаг 2. При переходе на сайт или группу в социальных сетях потенциальному клиенту предоставляется подробная информация о товаре и возможность сделать заказ. Инструменты интернет-продвижения можно классифицировать несколькими способами по разным критериям: типам рекламных площадок, формам и принципам размещения [1].

Классификация инструментов по целям и задачам представлена в табл. 1.

Таблица 1

Классификация инструментов на основе целей и задач

Цели и задачи	Рекламные средства в сети интернет
Создание благоприятного имиджа фирмы	Интернет-ресурс, заказные статьи, баннерная реклама
Обеспечение доступности информации	«Поисковики», группы новостей, заказные статьи, интернет-ресурс, e-mail.
Выведение на рынок инновационного товара	«Поисковики», группы новостей, заказные статьи, интернет-ресурс, e-mail, баннерная реклама
Привлечение новых и потенциальных клиентов	E-mail, баннерная реклама, мгновенные сообщения, «поисковики»
Увеличение продаж	E-mail, баннерная реклама, мгновенные сообщения, «поисковики», интернет-ресурс.

Давайте рассмотрим каждый инструмент интернет-маркетинга подробно. Начнем с классического, одного из первых цифровых инструментов: SEO-поисковая оптимизация – конвертация сайта под поискового робота. Цель оптимизации – вывести сайт в лидеры бесплатных поисковых

систем. Для этого используется как создание контента, так и техническая модификация сайта. К недостаткам SEO-разработки как канала продвижения можно отнести длительный срок окупаемости, высокую стоимость технической разработки сайта. Бесплатный поисковый трафик на сайт возможен только в том случае, если на продукт есть спрос.

Следующий инструмент онлайн-маркетинга – онлайн-репутация и управление ею. «По силе воздействия интернет-комментарии через рекомендательные сервисы или социальные сети не идут ни в какое сравнение», – говорит Маттиас Эклеф, основатель обзорного сайта Yell.ru. Обзоры товаров – один из способов продвижения товара. Отзывы можно оставлять на сайте компании, сайте интернет-магазина, а также на сайтах третьих лиц, специализирующихся на предоставлении подобной информации. Работа с обновлениями теперь выделена в отдельное направление. Управление репутацией включает в себя мониторинг, а также SERM и SMM. Одним из самых популярных инструментов на данный момент является контекстная реклама. Лидерами этого рынка в России являются Google и Яндекс, которые предоставляют рекламу на своих сайтах и на сайтах партнеров.

Реклама делится на две основные части – поисковую и рекламную сеть. К преимуществам контентной рекламы относятся быстрые сроки запуска рекламной кампании, возможность корректировки настроек, возможность использовать инструменты ремаркетинга, то есть работать с аудиторией, которая уже посетила сайт. К недостаткам контентной рекламы относятся текущие расходы на рекламу. Контент-маркетинг работает только в том случае, если на продукт есть спрос.

Социальные медиа. Социальные сети становятся все более распространенными. Число пользователей социальных сетей составляет 3,196 миллиарда. К наиболее популярным сетям относятся Facebook, Instagram, Twitter, Одноклассники, Вконтакте. До 23 % онлайн-покупок совершаются под влиянием социальных сетей. Поэтому работа с социальными сетями является важным аспектом интернет-маркетинга. Недостатки – не учитывает запрос аудитории и имеет ограничения для многих продуктов.

После социальных сетей приходит один из старейших инструментов – отправка электронных писем. Email-рассылки – письма потенциальным клиентам. Его используют для повышения потребительского интереса к товару. Современные технологические возможности позволяют автоматизировать процесс управления [2].

Особенности продвижения предприятия в сети Интернет

Интернет-маркетинг отличается от классического маркетинга своей доступностью, гибкостью, оперативностью, рентабельностью, креативностью и отсутствием географических ограничений.

В таблице 2 представлена характеристика особенностей инструментов интернет-продвижения в зависимости от сектора, к которому относятся использующие их субъекты.

Таблица 2

Особенности инструментов интернет-продвижения

Инструмент	Сектор B2B	Сектор B2C
Контент-маркетинг	Имиджевые статьи в электронных версиях специализированных журналов, сайтах-партнерах	Имиджевые статьи в блогах соцсетях, сайтах-партнерах
Поисковая оптимизация (SEO)	Формирование качественного, востребованного контента	Активное использование инструментов для поднятия позиции сайта в поисковой выдаче
Интернет-реклама (контекстная, вирусная, таргетированная, нативная, баннерная и тизерная)	Формирование рекламного контента соответствующего содержания, в основном связанного с рациональными доводами	Формирование рекламного контента соответствующего содержания, более активное использование эмоционального воздействия
Продвижение в социальных сетях (SMM)	Создание корпоративной страницы	Создание корпоративной страницы с быстрой обратной связью
Мессенджеры	Использование личной базы контактов	Оперативное взаимодействие с клиентами, предоставление актуальной информации по товару, услуге

Инструмент	Сектор B2B	Сектор B2C
Коллтрекинг	Отслеживание «маршрута» привлечения клиента в компанию; анализ качества представляемого контента	Отслеживание «маршрута» привлечения клиента в компанию; анализ процесса и результатов взаимодействия с клиентом
Инфлюенс-маркетинг	Тщательный подбор инфлюенсеров определенного социального статуса, наблюдение за имиджем лидеров мнений	Заключение договоров о рекламе товаров (услуг) при наличии среди подписчиков представителей целевой аудитории
Видеомаркетинг	Формирование контента с учетом особенностей целевой аудитории	-
Мобильные приложения	Ограниченность функционала в связи с необходимостью использованием личной мобильной техники	Активное использование в связи с установкой на личном мобильном устройстве, возможность создания личного кабинета, прикрепления платежных средств и т.д.
Маркетплейсы (или агрегаторы)	Использование электронных торговых площадок	Возможность представления товара на «полках» популярных «электронных супермаркетов»
E-mail-маркетинг	Направленная рассылка коммерческих предложений	Рассылка информационных материалов в соответствии с имеющейся базой клиентов;

Использование, отмеченных в таблице 2 инструментов, в секторе B2B и B2C объясняется тем, что необходимо обеспечивать «присутствие» в максимально широком диапазоне существующих каналов распространения информации [3].

Однако использование большинства инструментов наиболее эффективно при взаимодействии с конечным потребителем, что вполне объяснимо делает их более активно применяемыми в секторе B2C.

Несмотря на то, что взаимодействующих субъектов, принимающих информацию, значительно больше, влиять эмоционально на потребителя, приобретающего товар для личного потребления, гораздо легче, чем на лицо, принимающее решение, касающееся деятельности предприятия [4].

Основные стратегии интернет-продвижения предприятия

Маркетинговая стратегия – это общий план действий компании по привлечению потребителей и конвертации их в клиентов.

Маркетинговая стратегия содержит ценностное предложение компании, ее ключевые сообщения, информацию о демографических характеристиках целевых потребителей и другие данные по рынку [4].

Основными элементами стратегии интернет-маркетинга являются:

- задачи – например, повышение узнаваемости бренда или увеличение объемов продаж. При этом задачи должны быть направлены на достижение конкретного измеряемого результата;
- фактические показатели, характеризующие данные объектов улучшения;
- сроки – конкретное время, отведенное на выполнение установленных задач и достижение необходимых показателей [5].

Основные направления и методы анализа маркетинговой стратегии представлены в табл. 3.

Реализация маркетинговой стратегии включает в себя конкретные шаги, которые помогают достичь заранее запланированных результатов. Эти шаги определяются еще на этапе разработки маркетинговой стратегии [6].

Онлайн-маркетинговая стратегия предполагает разнообразные способы развития бизнеса и привлечения новых клиентов. Путем совмещения видео-контента, статей, СМИ, email-маркетинга и других методов вы сможете повысить узнаваемость своего бренда и достичь поставленных бизнес-целей [6].

Методы анализа маркетинговой стратегии

Направление анализа	Методы анализа
Анализ рынка и конкурентов: - привлекательность и развитие рынка; - оценка емкости рынка и удельный вес рынка анализируемого предприятия; - оценка спроса и предложения на рынке; - сегментация рынка; - анализ конкурентов;	- метод прогнозирования емкости; - сравнительный анализ; - PEST-анализ; - SWOT-анализ; - метод прогнозирования спроса; - метод четкого сегментирования; - матрица М. Портера; - анализ конкурентов;
Анализ товарной политики - общий объем продаж и их динамика; - исследование товарного ассортимента; - определение этапов ЖЦТ; - удовлетворение потребностей покупателей и лояльность; - качество обслуживания покупателей;	- матрица БКГ; - ABC – анализ; - XYZ – анализ; - построение карты позиционирования; - опрос потребителей; - факторный анализ конкурентоспособности;
Анализ ценовой политики: - анализ уровня цен на рынке; - анализ удовлетворённости выбранной ценой;	- опрос; - интервью; - методы расчета средней цены; - построение карты «цена-качество»;
Анализ сбытовой политики: - анализ каналов сбыта; - анализ поставщиков;	- сравнительный анализ поставщиков; - анализ складских и транспортных расходов;
Анализ коммуникационной политики: - анализ рекламной деятельности; - проведение рекламной кампании и ее оценка.	- анализ затрат на рекламную деятельность и прибыли; - опрос.

Выводы по исследованию

Интернет-маркетинг играет ключевую роль в современном бизнесе, помогая компаниям не только удерживать свои позиции на рынке, но и активно развиваться.

Стратегии интернет-маркетинга позволяют эффективно взаимодействовать с аудиторией, привлекать новых клиентов, укреплять имидж бренда и повышать узнаваемость компании.

Однако, с постоянным развитием онлайн-среды, конкуренция в интернете становится все более острой. Маркетологам приходится постоянно совершенствовать свои методы и стратегии, чтобы выделиться среди множества других предложений. Важно не только предоставить информацию о товаре или услуге, но и создать уникальное предложение, которое привлечет внимание потенциальных клиентов и заинтересует их.

Таким образом, успешное использование интернет-маркетинга требует не только знания современных технологий и инструментов, но и креативности, аналитических навыков и глубокого понимания потребностей целевой аудитории. Правильно построенная стратегия интернет-маркетинга может стать мощным инструментом для достижения бизнес-целей и обеспечения устойчивого развития компании.

1. Научный журнал «Вестник Алтайской академии экономики и права». Форма доступа в Интернете: <https://vae1.ru/ru/article/view?id=60>.

2. Сайт «БлогЯПрактикума». Форма доступа в Интернете: <https://practicum.yandex.ru/blog/instrumenty-internet-marketinga/>.

3. Сайт «CloudMakers». Форма доступа в Интернете: <https://cloudmakers.ru/osobennosti-prodvizheniya-v-internete/>.

4. Сайт «Группа компаний Интегрус». Форма доступа в Интернете: <https://integrus.ru/blog/internet-marketing-decisions/strategiya-prodvizheniya-tovarov-uslug.html>.

5. Шахлевич А.А., Павленко С.А. Инструменты интернет-маркетинга на B2B рынках и особенности их применения // Экономика и управление: актуальные вопросы теории и практики: Материалы XII международной научно-практической конференции, Краснодар, 22 мая 2019 года. – Краснодар: ФГБУ «Российское энергетическое агентство» Минэнерго России Краснодарский ЦНТИ- филиал ФГБУ «РЭА» Минэнерго России, 2019. – С. 322-330.

6. Рульков В.С. Современные инструменты для интернет-маркетинга // International innovation research: сборник статей XVI Международной научно-практической конференции, Пенза, 12 февраля 2019 года. – Пенза: «Наука и Просвещение» (ИП Гуляев Г.Ю.), 2019. – С. 68-71.

УДК 338.47 (985)/ 338.24

ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛЬНЫХ ФАКТОРОВ НА МЕЖДУНАРОДНЫЕ ТРАНСПОРТНЫЕ КОРИДОРЫ МЕЖДУ ЕВРОПОЙ И АЗИЕЙ

А.А. Латкина, студент АК

*Владивостокский государственный университет. Академический колледж
Владивосток. Россия*

Аннотация. В статье приводятся результаты исследований влияния глобальных факторов на использование международных транспортных коридоров между Европой и Азией для контейнерных перевозок. На основе данных интервьюирования специалистов группы транспортных компаний “FESCO” и логистической компании “ASTEMZO” установлено негативное влияние антироссийских санкций на логистику южно-морского транспортного коридора и транссибирской железнодорожной магистрали. Обоснована актуальность успешного осуществления стратегии развития Арктической зоны Российской Федерации при увеличении объема грузоперевозок из Азии в Европу Северным морским путем.

Ключевые слова: Европа и Азия, международные транспортные коридоры, новые тенденции, экспертные оценки, анализ.

THE IMPACT OF GLOBAL FACTORS ON INTERNATIONAL TRANSPORT CORRIDORS BETWEEN EUROPE AND ASIA

Abstract. The article presents the results of research on the impact of global factors on the use of international transport corridors between Europe and Asia for container transportation. Based on the interview data of specialists from the FESCO group of transport companies and the ASTEMZO logistics company, the negative impact of anti-Russian sanctions on the logistics of the South Sea transport corridor and the Trans-Siberian railway was established. The relevance of the successful implementation of the strategy for the development of the Arctic zone of the Russian Federation with an increase in the volume of cargo transportation from Asia to Europe by the Northern Sea Route is substantiated.

Keywords: Europe and Asia, international transport corridors, new trends, expert assessments, analysis.

В международном торгово-экономическом пространстве все более важное значение приобретает использование международных транспортных коридоров между странами Европы и Азии. Это обусловлено высокой динамикой развития азиатско-тихоокеанского региона, прежде всего Китайской народной республики, Японии, Республики Корея, Вьетнама и российского Дальнего Востока при соответствующей потребности в эффективной логистике доставки производимых здесь товаров и углеводородного сырья в западные регионы [1–3]

До недавнего времени такая динамика обеспечивалась Южно-морским транспортно-логистическим коридором (ТЛК) с использованием Суэцкого канала и европейских портов Гамбург и Санкт-Петербург, а также Транссибирской железнодорожной магистралью (Трассиб) с задействованием крупных азиатских морских портов Шанхай, Гонконг, Владивосток, Находка. Введенные в последние годы антироссийские санкции изменили логистику грузоперевозок между странами Европы и Азии, в основном в сторону ее удорожания, что определяет актуальность настоящего исследования.

Цель исследования: обоснование новых, возникших в условиях антироссийских санкций, факторов роста стоимости транспортно-логистических операций.

Объект: глобальные факторы, влияющие на логистику российских грузопотоков между Азией и Европой

Предмет: изменение объемов и стоимости международных контейнерных перевозок под воздействием глобальных факторов

Задачи:

1. Выявить с систематизировать факторы негативного влияния на логистику контейнерных перевозок между Европой и Азией с использованием Южно-морского ТЛК и Транссибирской железнодорожной магистрали;

2. Сделать оценку перспектив развития грузоперевозок между Европой и Азией с использованием Северного морского пути.

Для проведения исследования использовались методы статистического анализа, сравнительных оценок, экспертного опроса.

Основной тенденцией мирового развития в XXI столетии общепризнанно считать устойчивое увеличение грузопотоков между Европой и Азией при сравнительно высокой динамике роста экономик азиатских стран, прежде всего Китайской народной республики. По статистическим данным преобладающий объем этого грузопотока, особенно контейнерного, приходится на Южно-морской транспортный коридор, хотя его использование российскими транспортно-логистическими компаниями в условиях современных внешних угроз сдерживается новыми негативными факторами. [4]

Для их исследования автором была использована открытая информация транспортной группы «FESCO», контейнерный флот которой выполняет рейсы из порта Шанхай (КНР) до порта Санкт-Петербург (Россия), а также данные интервьюирования ее специалистов.

Установлено, что начиная с 2022г. в рамках масштабных антироссийских санкций полностью ограничены заходы судов компании в промежуточные европейские порты для аварийного технического и медицинского обслуживания, что увеличивает риск нарушения временного графика. Существующая вероятность террористических атак в Аденском заливе увеличивает риск обеспечения безопасности экипажей и сохранности контейнеров, уменьшение которого требует дополнительных расходов компании на военное сопровождение в указанном опасном районе.

Выявленные факторы инициируют российские и зарубежные страховые компании повышать тарифные ставки, что в совокупности приводит к росту стоимости Южного-морского пути и рассмотрению транспортно-логистическими компаниями альтернативных вариантов доставки грузов на азиатско-европейском направлении (рис. 1).

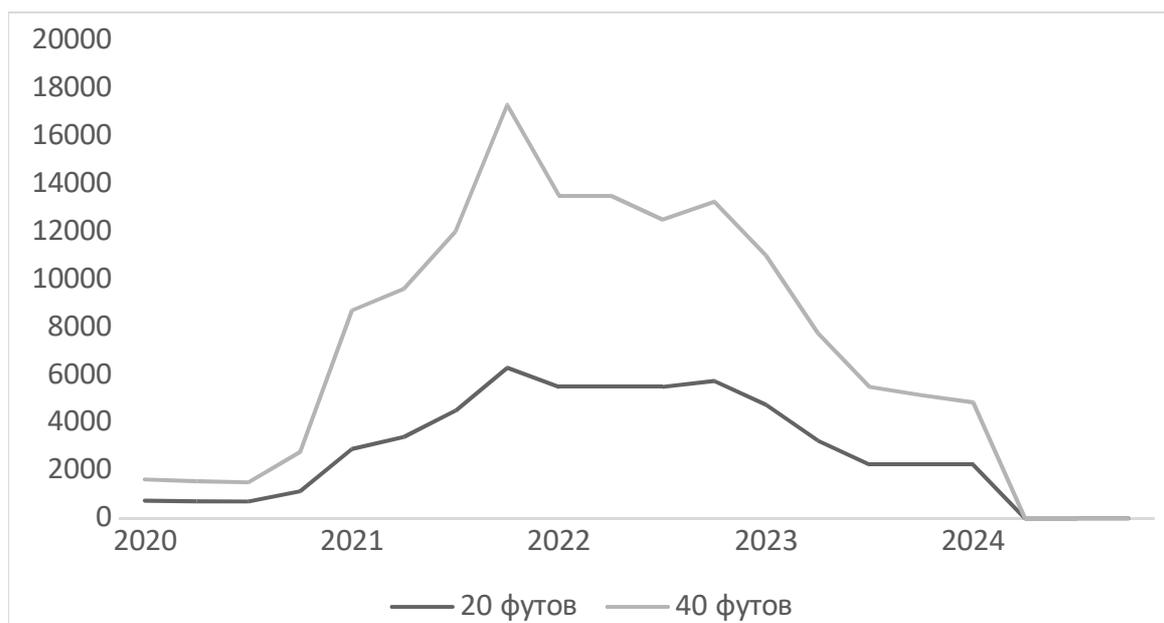


Рис. 1. Динамика роста тарифов на перевозку контейнеров по Южному морскому пути от Владивостока до Санкт-Петербурга (в \$ США)

Источник: отчетные данные логистической компании «FESCO».

Как видно из приведенных данных, рост тарифов достиг пикового значения к концу 2021 г., что вызвано ковидным кризисом, а позднее, в 2022 году тарифы удерживались на высоком уровне в связи с началом специальной военной операции России на Украине и масштабными антиросийскими санкциями стран Евросоюза и США. По сравнению с началом 2020г. величина тарифа на Южно-морском пути выросла в 2 раза по 20-футовым и в 2,5 раза по 40-ка футовым контейнерам. К началу 2024г. уровень тарифов стабилизировался при сохранении роста этой величины на 30% по сравнению с началом анализируемого периода.

Такие изменения тарифной политики морских перевозчиков в совокупности с отмеченными выше рисками сформировали интерес логистических компаний к более надежному сухопутному транспортному коридору из Азии в Европу при использовании морских портов Дальнего Востока и Транссибирской железнодорожной магистрали, а также более короткому, но ограниченного временного режима эксплуатации Северному морскому пути. В обоих вариантах, по мнению автора, много определяется уровнем развития транспортной инфраструктуры Дальневосточного Федерального округа, и прежде всего его железнодорожной составляющей – Восточного полигона.

С учетом выявленных настоящим исследованием факторов и тенденций подтверждается вывод многих авторов о существующей проблеме обеспечения пропускной способности основных железнодорожных магистралей указанного полигона – Транссиб и БАМ, которая в условиях новых внешних вызовов становится явно недостаточной и об этом, в частности, свидетельствует динамика роста железнодорожных тарифов на контейнеры от ст. Владивосток до ст. Санкт-Петербург, которая в значительной степени сформировалась под влиянием возрастающего спроса на данный транспортно-логистический коридор (рис. 2) [5–7].

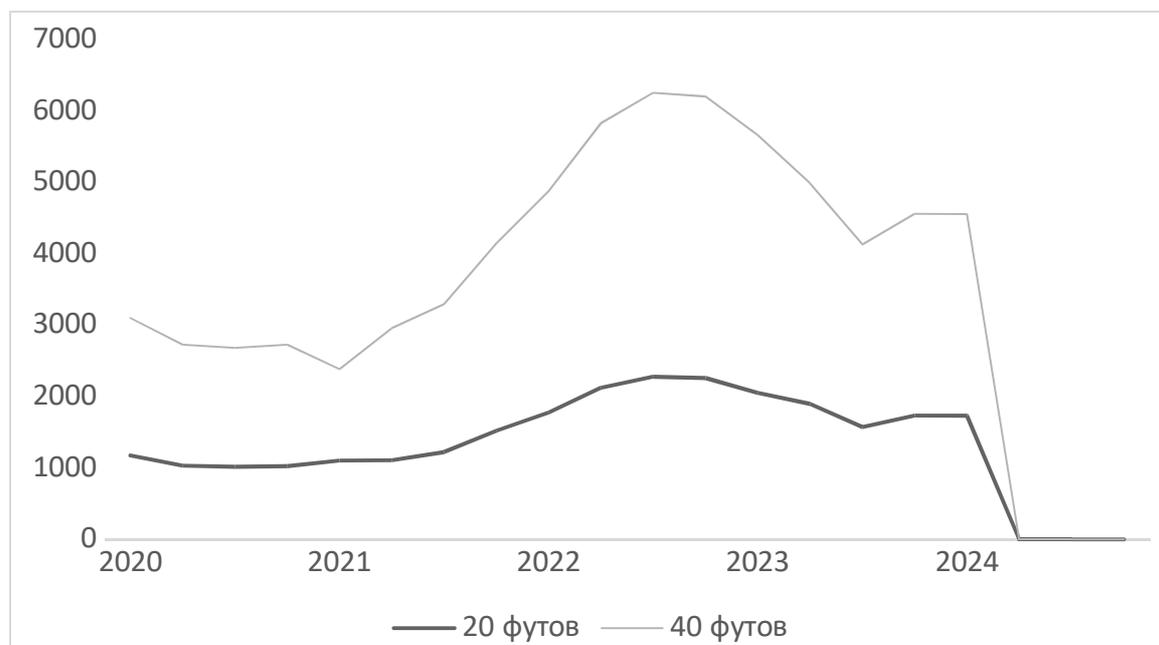


Рис. 2. Динамика роста железнодорожных тарифов на контейнеры от станции Владивосток до станции Санкт-Петербург (в \$ США).

Источник: отчетные данные логистической компании «ASTEMZO».

В подтверждении указанной на рис.2 динамики следует отметить существенное увеличение загрузки Транссиба перевозкой техники и товаров Китайской народной республики, импортируемых в возрастающих объемах на российский рынок, причем в основном в контейнерах. Учитывая прогнозный рост экспорта российского угля в страны Восточной Азии к 2030 г. в 1,5–2 раза относительно нынешних объемов, дефицит провозной способности Транссиба и БАМа уже в 2025–2027 гг. может достигнуть 187 млн тонн в год [5].

Таким образом, существующее положение дел в использовании традиционно «активных» транспортно-логистических коридоров из Европы в Азию подтверждает целостность «ускорения» реализации утвержденной в 2020г. указом Президента РФ Стратегии развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2035 г.

В указанном масштабном проекте главный акцент сделан на осуществлении круглогодичного судоходства по Северному морскому пути [8]. В рамках намеченных этапов реализации в 2023 г. объем грузоперевозок здесь достиг 36,3 млн т., выполнено 3 регулярных каботажных рейса из северо-западной части России в регионы Дальнего Востока и обратно, дважды совершена проводка крупных судов неледového класса из п. Мурманск в китайские порты Циндао и Далянь. Очень важно отметить, что в этом же году соответствующими российскими органами были выданы разрешения на использование СМП 115 иностранным компаниям [9].

Однако дальнейшее продвижения этого проекта связано с успешной реализацией его первого этапа. Стратегией предусмотрено, что до 2024 г. должно быть построено не менее 7 универсальных атомных ледоколов, головного атомного ледокола проекта «Лидер» и дополнительно 4-х неатомных ледоколов. [8]

Выполнение программы первого этапа позволит создать технико-экономическую основу для радикального улучшения транспортно-логистического обеспечения азиатско-европейских грузопотоков, как ключевого фактора развития мировой экономики и экономики российского Дальнего Востока.

1. Замараева Е.Н. История возникновения и развития международных транспортных коридоров // Международный научно-исследовательский журнал – 2021. – С. 29.

2. Коршунов И.К. Международные транспортные коридоры России: влияние на экономику страны // Восточная аналитика – 2019. – С. 126.

3. Аведисян М.А. Экономический потенциал международного транспортного коридора Север-Юг // Мировая наука – 2020. – С. 4.

4. Квитко К.Б. Сравнительный анализ международных транспортных систем: инфраструктура, рейтинги, транспортные коридоры // Инновационные транспортные системы и технологии – 2020. – С. 19.

5. Булохова Т.А., Григорьева Н.Н., Олинцевич В.А. Пути повышения прибыльности транзитных перевозок на Восточном полигоне Транссибирской магистрали // Baikal Research Journal. – 2021. – Т. 12, № 2.

6. Головщиков В.О., Огнев Д.В., Петрякова Е.А. Проблемы и перспективы развития Транссибирской и Байкало-Амурской железнодорожных магистралей // Активизация интеллектуального и ресурсного потенциала регионов: Мат-лы секции 11-й международной научно-практической конференции, посвященной 90-летию БГУ и 45-летию ИрГУПС. – Иркутск, 2021. С. 23-36.

7. Кучнер А.В. Надвигающиеся угрозы и перспективы развития Транссибирской магистрали // Новая экономика, бизнес и общество: мат-лы Апрельской научно-практической конференции молодых учёных. отв. ред. В.В. Глотова, К.И. Феоктистова. Владивосток, 2021. С. 663-668.

8. Указ президента Российской Федерации о стратегии развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2035 года – 2020 – с. 27.

9. Бутакова Н.А. Стратегическое значение Арктики в приарктических регионах Европы // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета. 2024. Т. 16, № 1.

УДК 656.1/5

ПРОБЛЕМА ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ТРАНСПОРТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ И ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОЛОГИЮ

А.В. Левченко, бакалавр
Е.Н. Смольянинова, преподаватель

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Аннотация. Развитие автомобильного транспорта является актуальной темой в современном мире. С увеличением числа автомобилей на дорогах возрастает проблема транспортных пробок, загрязнения окружающей среды. Также важным аспектом является развитие технологий в автомобильной индустрии, которые оказывают влияние на инфраструктуру и экологию.

Ключевые слова: автомобильный транспорт, развитие, инфраструктура транспорта, транспортная безопасность, экология, экологическая устойчивость, мобильность и транспортные решения для будущего.

THE PROBLEM OF LOGISTICS OF TRANSPORT INFRASTRUCTURE AND ITS IMPACT ON THE ENVIRONMENT

Abstract. *The development of road transport is an urgent topic in the modern world. With the increase in the number of cars on the roads, the problem of traffic jams, environmental pollution increases, as well as the number of traffic accidents increases. Also an important aspect is the development of technologies in the automotive industry, such as electric and autonomous cars, which have an impact on infrastructure and the environment.*

Keywords: *road transport, transport infrastructure, transport safety, environmental sustainability, environmental sustainability, mobility and transport solutions for the future.*

Новизна: Комплексный подход к рассмотрению современных проблем и перспектив автомобильного транспорта и его влияние на экологию.

Цель: Выявление проблем автомобильного транспорта, таких как транспортная безопасность, влияние на окружающую среду, проблемы инфраструктуры, и предложение решений для их устранения.

Задачи: Провести обзор научной литературы по теме развития автомобильного транспорта и влияния на экологию с решением экологических проблем; – Определить классификацию участников логистических процессов; – Изучить влияние на экологию транспортной инфраструктуры и развитие автомобильного транспорта; – Выявить пути решения экологических проблем автомобильного транспорта.

Методы исследования: В работе были использованы следующие методы исследования:

- обзор научной литературы;
- сбор и анализ данных о транспортных потоках, выбросах загрязняющих веществ, загруженности дорог, аварийности;
- сопоставление различных подходов к развитию транспортной инфраструктуры, оценка их эффективности с точки зрения экологической устойчивости;
- анализ тенденций и прогнозирование будущего развития логистической транспортной инфраструктуры и её влияния на экологию.

Логистика – это область управления, которая занимается планированием, выполнением и контролем эффективного и эффективного потока и хранения товаров, услуг и связанных с ними информационных потоков от момента производства до момента потребления, соответственно, обеспечивая удовлетворение требований заказчиков.

Основные функции логистики включают в себя управление запасами, складирование, транспортировку, управление цепочками поставок, управление информацией и обратная логистика (возврат товаров).

Логистика в автомобильном транспорте играет важную роль в обеспечении эффективной работы транспортных компаний, автоперевозчиков и производителей автомобилей. Она включает в себя планирование, управление и координацию всех логистических процессов, связанных с перевозками грузов автомобильным транспортом. несколько ключевых аспектов логистики в автомобильном транспорте:

Ключевые аспекты логистики в автомобильном транспорте

1. Маршрутизация и планирование грузоперевозок:

- оптимизация маршрутов для сокращения времени и издержек доставки;
- управление транспортными ресурсами для оптимального использования автопарка.

2. Управление транспортными потоками:

- контроль за движением грузов и автомобилей на дорогах.
- мониторинг состояния дорожного движения для предотвращения задержек.

3. Складирование и обработка грузов:

- организация складских операций и размещение грузов на складах.
- координация погрузочно-разгрузочных работ.

4. Управление информацией:

- ведение данных о грузах, маршрутах, автотранспорте.
- использование технологий для отслеживания грузов и обмена информацией с заказчиками.

5. Обратная логистика:

- организация возврата товаров клиентами и их переработка.
- работа с отказами и поврежденными грузами.

6. Безопасность и экологичность:

- обеспечение безопасности перевозок и дорожного движения.
- внедрение мер для снижения вредного воздействия на окружающую среду.

Ключевые аспекты логистики в автомобильном транспорте

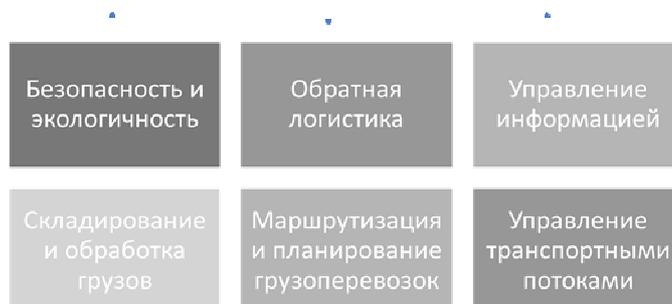


Рис. 1. Ключевые аспекты логистики в автомобильном транспорте

Логистика играет ключевую роль в обеспечении надежности и эффективности перевозок, сокращении издержек и повышении уровня обслуживания клиентов. Оптимальное использование технологий и профессиональное управление логистическими процессами помогает автомобильным компаниям быть конкурентоспособными на рынке и обеспечить высокое качество услуг. Однако нельзя исключить такой фактор в логистических процессах как высокая себестоимость и трудоемкость, малая грузоподъемность, большая энергоемкость, и, что актуально на сегодняшний день – высокий уровень загрязнения окружающей среды.

Направления развития системы транспорта Российской Федерации связано с долгосрочным социально-экономическим развитием, которое запланировано на период до 2030 года в различных нормативных и иных законодательных актах. Экологические аспекты системы транспорта Российской Федерации также учитываются в долгосрочных планах развития.

Направления развития включают в себя: переход на экологически чистые виды транспорта, такие как электромобили и транспортные средства с низким потреблением топлива.

Развитие общественного транспорта для снижения выбросов, связанных с автомобилями. Модернизация инфраструктуры с использованием передовых технологий для повышения энергоэффективности и снижения вредных выбросов. Внедрение мероприятий по управлению отходами и переработке материалов в транспортной отрасли. Развитие биотоплива и других альтернативных источников энергии в транспортном секторе. Эти меры направлены на снижение негативного воздействия транспорта на окружающую среду, улучшение качества воздуха и сохранение природных ресурсов.

Классификация участников логистических процессов

Участники логистических процессов могут быть разделены на несколько категорий в зависимости от их роли и функций в цепочке поставок. Основные классификации участников логистических процессов:

Поставщики: Поставщики материалов, комплектующих, товаров или услуг, необходимых для производства продукции или обеспечения услуг.

Производители: Компании, занимающиеся производством продукции или предоставлением услуг на основе поставленных материалов.

Дистрибьюторы: Организации, отвечающие за распределение продукции от производителя к конечным покупателям через различные каналы сбыта.

Розничные торговцы: Компании, занимающиеся продажей продукции или услуг конечным потребителям через розничные магазины, интернет-магазины и другие каналы.

Логистические операторы: Специализированные компании, предоставляющие услуги по хранению, обработке и транспортировке грузов, включая перевозки, складирование, таможенное оформление и другие логистические услуги.

Транспортные компании: Организации, занимающиеся перевозкой грузов между различными точками по различным видам транспорта (автомобильный, железнодорожный, водный, воздушный).

Складские комплексы: Организации, предоставляющие услуги по временному хранению грузов, их сортировке, упаковке и отгрузке.

Покупатели: Конечные потребители товаров или услуг, которые являются адресатами и конечными получателями продукции.

Классификация участников логистических процессов важна для понимания ролей и взаимосвязей между различными сторонами в цепочке поставок и обеспечения эффективного управления логистическими операциями. Каждый участник играет свою уникальную роль в обеспечении эффективного функционирования логистической системы.



Рис. 2. Классификация участников логистических процессов

Влияние на экологию транспортной инфраструктуры

Транспортная инфраструктура играет ключевую роль в обеспечении экономического развития, и при этом оказывает значительное воздействие на окружающую среду и экологию.

Транспорт, работающий на ископаемом топливе, наносит огромный вред не только природе, но и здоровью людей. Вредные выбросы, которые он производит, усугубляют проблему глобального потепления, а у людей приводят к различным болезням, в том числе органов дыхания и нервной системы.

Транспорт – один из крупнейших на планете источников выбросов парниковых газов – около 16%. Большая их часть приходится на автомобили (11,9%), самолеты и корабли генерируют по 1,9 и 1,7% соответственно, поезда – 0,4%. Сокращение выбросов на транспорте играет решающую роль в борьбе с изменением климата. Воздействие транспорта на окружающую среду значительно. Оно ведет к усилению парникового эффекта, загрязнению воздуха и водоемов, шумовому загрязнению, эрозии почв.

В крупных городах, таких как Москва, автомобили ответственны за 90% всех выбросов.

Они усугубляют глобальное потепление, а шум, вибрация и электромагнитное воздействие негативно влияют на здоровье человека. Побочный продукт от сжигания топлива в двигателе машины – CO₂. Это один из основных парниковых газов, влияющих на изменение климата.

Со временем двигатель изнашивается и уже не может полностью сжигать топливо. Это приводит к выбросу токсичных веществ: опасного «коктейля» из оксидов углерода и азота, соединений, вызывающих заболевания органов дыхания.

Дальнотранспорт, как и любая другая отрасль транспортировки, оказывают некоторое негативное воздействие на окружающую среду. Основные факторы, которые влияют на экологию:

Выбросы загрязняющих веществ: грузовики, работающие на дизельном топливе, выбрасывают вредные вещества в атмосферу, такие как диоксид углерода, оксиды азота и твердые частицы. Эти выбросы способствуют загрязнению воздуха и климатическим изменениям.

Износ дорог: постоянное движение грузовиков может привести к износу дорожного покрытия и инфраструктуры, что требует дополнительных затрат на ремонт и обслуживание дорог.

Утилизация отходов: некоторые дальнотранспорт могут несанкционированно выбрасывать отходы в природную среду вместо их правильной утилизации. Это может привести к загрязнению почвы и водных ресурсов.

Потребление природных ресурсов: для производства топлива, покрышек, запасных частей и других материалов, необходимых для обслуживания грузовиков, используются природные ресурсы, что может негативно сказаться на окружающей экосистеме.

Шумовое загрязнение: движение грузовиков создает значительный шум, который может оказывать воздействие на животный и растительный мир, вызывать стресс у животных и нарушать экологическое равновесие.

Помимо вышесказанного негативное влияние оказывает и неразвитая логистическая инфраструктура: отсутствие логистических центров с парковками (парковки вдоль городских дорог), точками общественного питания, гигиенических пит-стопов (туалеты, души и прочее), приводит к неудобствам и задержкам в работе логистических компаний. Недостаточная развитость дорожной сети, недоступные места для разгрузки грузовиков также усложняют процесс доставки товаров и увеличивают время, затраченное на перевозку. В результате, закономерно возникают задержки в поставках, что может повлечь за собой ухудшение репутации компании и потерю клиентов. Создание пробок на дорогах городов из-за парковок на обочинах (загрязнение отходами жизнедеятельности человека, различный мусор, выбрасываемый на обочины и т.д.) создает серьезные проблемы для горожан и окружающей среды.



Рис. 3. Фура на трассе в районе Зари



Рис. 4. Фура на трассе в районе Зари



Рис. 5. Фура на трассе в районе Снеговой Пади

Помимо усложнения движения и увеличения времени в пути, создание пробок также приводит к увеличению выбросов вредных веществ в атмосферу, что негативно влияет на экологию города. Кроме того, мусор на обочинах привлекает грызунов, насекомых и других вредителей, что может стать источником заболеваний для людей. Поэтому необходимо соблюдать правила парковки и бережно относиться к окружающей среде, чтобы избежать создания проблем для себя и своего города. Улучшение экологической устойчивости транспорта требует комплексного подхода и внедрения разнообразных мер, направленных на снижение негативного воздействия на окружающую среду.

Эффективное улучшение экологической устойчивости транспорта требует совместных усилий со стороны государства, бизнеса и общества в целом. Реализация перечисленных мер позволит снизить негативное воздействие транспортного сектора на окружающую среду и сделать транспорт более экологически устойчивым и удобным для всех его участников. Одним из путей решения озвученных логистических проблем может стать формирование дорожной инфраструктуры.

Обеспечение комфорта и безопасности в жизни дальнобойщиков: комплексный подход

Работа дальнобойщика – это не просто профессия, это образ жизни, который связан с постоянными разъездами, длительным пребыванием за рулем и ограниченным доступом к привычным бытовым удобствам. Для обеспечения комфорта и, как следствие, безопасности на дороге, необходимо создать комплексную инфраструктуру, учитывающую специфику работы водителей грузовиков. Оснащение кабин и создание мобильного дома: кабина грузовика – это второй дом для дальнобойщика. Важно, чтобы она была оборудована всем необходимым для комфортного отдыха и жизнедеятельности: спальным местом, столиком для приема пищи и работы с документами, холодильником для хранения продуктов, шкафчиками для личных вещей. Внедрение технологий, таких как климат-контроль, системы мультимедиа и связи, значительно повышают комфорт и безопасность во время долгих рейсов. Доступ к качественной еде: ограниченный доступ к супермаркетам и кафе из-за габаритов грузовика – серьезная проблема для дальнобойщиков. Необходимо развивать сеть придорожных сервисов, предлагающих качественное и разнообразное питание, а также обеспечить наличие парковочных мест для грузовиков. Поддержание гигиены: должны быть доступны душевые кабины на заправочных станциях и в местах отдыха. Также можно рассмотреть вариант предоставления гигиенических наборов в специализированных сервисах для водителей.

Специальные зоны отдыха: необходимо создание специальных зон отдыха для дальнобойщиков с парковками, оборудованными местами для сна, душевыми, прачечными и зонами отдыха. Соблюдение режима труда и отдыха: важно строго соблюдать режим труда и отдыха, предусмотренный законодательством. Регулярные перерывы и достаточный сон – залог безопасности на дороге и здоровья водителя. Медицинское обслуживание: организация регулярных медицинских осмотров и предоставление доступа к медицинским услугам в пути помогут следить за состоянием здоровья дальнобойщиков. Комплексное развитие инфраструктуры и сервисов для дальнобойщиков – это вклад не только в комфорт и благополучие водителей, но и в безопасность на дорогах.

Уменьшение воздействия грузового транспорта на окружающую среду с развитием инфраструктуры

Для обеспечения быта дальнобойщиков и улучшения инфраструктуры с целью минимизации вреда для окружающей среды, можно рассмотреть следующие меры:

1. Создание экологически чистых остановок: Развитие специализированных остановок на трассах с современными санитарно-гигиеническими условиями, использованием альтернативных источников энергии (солнечные панели, ветрогенераторы) и системами утилизации отходов.

2. Поддержка экологических стандартов для кафе и ресторанов на дорогах: Повышение качества предлагаемой пищи с использованием устойчивых методов производства и уменьшением количества отходов.

3. Разработка программ по энергоэффективности для грузовиков: Популяризация технологий, уменьшающих расход топлива и выбросы в атмосферу, таких как установка электрических двигателей, использование биотоплива или газа.

4. Программы по внедрению инновационных систем очистки воды и комплексной утилизации отходов на автозаправочных станциях и остановках международных маршрутов.

5. Обучение и информирование дальнобойщиков по экологически чистым и устойчивым практикам: Обучающие программы и дополнительные возможности для стимулирования применения экологических инноваций в повседневной жизни водителей.

Улучшение инфраструктуры и условий для дальнотойщиков не только повышает их комфорт и безопасность, но также способствует сохранению окружающей среды и снижению вредных воздействий на экосистему. Экологически ответственный подход к развитию инфраструктуры в грузоперевозках с учетом потребностей и жизненного цикла дальнотойщиков представляет собой важный шаг в направлении устойчивого и экологически чистого транспорта.

Полученные результаты

В результате исследования были получены следующие результаты: Изучен автомобильный транспорт в логистике. Было обнаружено, что автомобильный транспорт оказывает значительное негативное воздействие на окружающую среду из-за различных факторов, что подчеркивает необходимость внедрения различных экологически чистых технологий и топлив. Рассмотрены главные аспекты автомобильного транспорта и пути решения экологического негативного влияния автомобильного транспорта.

Заключение

Таким образом, развитие автомобильного транспорта представляет собой сложный баланс между ростом, экологической устойчивостью, безопасностью и экономической эффективностью. Для обеспечения устойчивого и перспективного развития отрасли необходимо уделять внимание всем аспектам функционирования автомобильной индустрии и постоянно стремиться к совершенствованию с целью обеспечения жизнеспособности транспортной системы в будущем.

-
1. Текст: электронный. – URL: <https://shakin.ru/adventures/life-inside-truck.html>
 2. Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sostoyanie-i-razvitie-avtomobilnoy-otrasli-rossiyskoy-federatsii>
 3. Текст: электронный. – URL: <file:///C:/Users/arina/Downloads/razvitie-logistiki-v-avtomobilnom-transporte.pdf>
 4. Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-logistiki-v-avtomobilnom-transporte/viewer>
 5. Текст: электронный. – URL: <https://plus-one.ru/manual/2021/09/24/kak-transport-vliyaet-na-okruzhayushchuyu-sredu#:~:text=Воздействие%20транспорта%20на%20окружающую%20среду,негативно%20вливают%20на%20здоровье%20человека>
 6. Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vozdeystvie-obektov-avtotransportnoy-infrastruktury-na-prirodnuyu-sredu-i-resursnyy-potentsial-landshaftnyh-komponentov/viewer>

УДК 33

АНАЛИЗ МОДЕЛИ БИЗНЕС-СЕРВИСОВ СЕТЕВЫХ КОМПАНИЙ FMCG-СЕКМЕНТА НА ПРИМЕРЕ ООО «ВИРЭЙ»

А.В. Нагибко, бакалавр

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. FMCG-сегмент является одним из наиболее высококонкурентных рынков, содержащий широкий спектр товаров-заменителей, конкурентов, работающих на одном сегменте потребительского рынка. ООО «Вирэй» – компания, которая за период развития на рынке преодолела несколько этапов развития российского рынка и трансформации используемых бизнес-сервисов.

Ключевые слова: бизнес-сервис, архитектура предприятия, ритейл, бизнес-модель.

ANALYSIS OF THE BUSINESS SERVICE MODEL OF NETWORK COMPANIES IN THE FMCG SEGMENT USING THE EXAMPLE OF «VIRAY» LLC

Abstract. The FMCG segment is one of the most highly competitive markets, containing a wide range of substitute products and competitors operating in the same segment of the consumer market. Viray LLC

is a company that, during the period of development on the market, has overcome several stages of development of the Russian market and transformation of the business services used.

Keywords: *business service, enterprise architecture, retail, business model.*

Современный рынок потребительских товаров, в том числе в сегменте бытовой химии, иных товаров испытывает перестройку в сторону доступности товаров любому покупателю через экосистемы. Ключевой составляющей является выбор площадки и оформление продавца как участника экосистемы. Исследуемое предприятие ООО «Вирэй» с 90-х гг. прошлого столетия выступало в качестве дистрибьютора косметической продукции на Дальнем Востоке в сегментах FMCG (рынок товаров повседневного спроса) и GPU (рынок товаров для парикмахерских и салонов красоты).

Спецификой данного рынка является быстрая оборачиваемость товаров, непрерывный спрос. В структуре рынка выделяют четыре уровня: производители, посредники, продавцы и покупатели. Соответственно бизнес-сервисы сетевых компаний включают сервисы, обеспечивающие взаимодействия с участниками рынка и обеспечивающие оперативную деятельность предприятия.

Ритейлеры рынка FMCG имеют ряд преимуществ перед компаниями обычной розничной торговли: оптимизация логистики, торговых площадей, автоматизация учета закупок и хранения товаров, применение торгового маркетинга и коммуникаций для продвижения товара [1].

Коммуникация с потребителями основывается на внутренних (учетные и аналитические) и внешних (сервисы, упрощающие взаимодействие между торговой сетью и потребителем, формирующие привязанность потребителей к конкретной торговой сети или бренду [2].

Традиционные сервисы FMCG-сегмента определяются технологичностью и функциональностью выбранных цифровых форм:

E-grocery – торговля через интернет от лица бренда посредника, в том числе через интернет-магазин;

Маркетплейсы – онлайн рынок, где представлены товары множества продавцов, которые не нуждаются в посредниках. Основная задача маркетплейса – сделать поиск товаров удобным для пользователя и увеличить объем продаж компаниям, предоставляющим товары [1].

Цифровые технологии продаж в ритейле основываются на омниканальной модели. Омниканальность в розничной торговле для рынка FMCG – система довольно новая, выполняющая ряд сложных задач по реализации товаров покупателям, которые используют Интернет и цифровые технологии, в том числе мобильные приложения в смартфоне или гаджеты – для поиска, покупки и оценки (анализ отзывов) товаров, реализуемых в сегменте FMCG [1].

Архитектура модели в сфере FMCG-сегмента учитывает четкую функциональную ориентацию структуры предприятия, отражающих операционную бизнес-модель сетевых компаний. Применяются следующие принципы формирования системы: безопасности, стандартизации, наблюдаемости, отслеживаемости, достоверности, открытости, масштабирования.

При построении модели сетевой компании следует учитывать специфику внутренней среды FMCG – системы, которая основывается на бизнес-процессах и информационных потоках, обеспечивающих развитие сети, что требует автоматизации процессов и обработки информации, коммуникации с потребителями.

Требования к проектированию сервисов определяются следующими группами условий: бизнес-требования, пользовательские требования, системные, функциональные, нефункциональные, к продукту, организационные и требования к интеграции [3].

В настоящее время актуальными тенденциями рынка являются: разрушение логистической системы, уход западных компаний, импортировавших продукцию, снижение покупательской способности, связано с экономией сбережений, секционное давление стран отразилось на изменениях FMCG-системы [4].

Особенностями рынка является сохраняющаяся устойчивость FMCG-сегмента в офлайн-пространстве, несмотря на высокий уровень доступности онлайн-сервисов. В то же время существуют предпосылки ухода потребителей на маркет-плейсы. Офлайн-сервисы имеют возможность продлить жизненный цикл при условии реализации омниканальной коммуникации [5].

Изменяя на рынке после 2022 г. отразились на росте потребительской инфляции, а уход с рынка части импортеров усилил тренд создания продукции под собственной торговой маркой.

Продукцию под собственной торговой маркой (СТМ) сети предлагают россиянам, начиная с начала 2000-х, но именно сейчас эта тенденция достигла своего пика, считают аналитики. К этому инструменту обращаются практически все крупные сети, такие как «Пятерочка», «Перекресток», «Карусель», «Дикси», «Ашан», «Лента», «Окей», «Магнит», «ВкусВилл», «Азбука Вкуса».

Онлайн-маркетплейсы, например, Яндекс.Маркет и Ozon также продают товары, выпущенные под собственным брендом. В целом на рынке наблюдается тенденция к нанесению своих логотипов на продукцию, которая реализуется через собственную сеть. Розничная сеть «Лента», например, в прошлом году запустила в продажу новый бренд косметических средств под собственной торговой маркой INO с производством в Южной Корее [6].

Созданные интернет-магазины позволяют сетям сбывать товар и проводить анализ спроса.

По данным исследовательской компании PIM Solutions прирост продаж бытовой химии и уходовых средств в 2023 г. по сравнению с 2022 г. существенно вырос, при том, что средний чек сократился на 13%. На рисунке 1 представлен прирост продаж на категории товаров – бытовая химия и уходовые средства.



Рис. 1. Прирост продаж через онлайн-каналы товаров повседневного спроса, в процентах

Растет количество активных продавцов на маркетплейсах. В первом квартале этого года на крупнейших площадках в России (Ozon, «Яндекс Маркет», «Мегамаркет») их число увеличилось на 62%.

Онлайн-рынок наращивает значимость для непродовольственных категорий FMCG (средства для уборки, стирки, ухода за собой). Год назад доля онлайн-продаж таких товаров была на уровне 20%, а к концу первого квартала 2024 г. она достигла почти 30% в денежном выражении. Суммарный рост продаж непродовольствия в 60 интернет-магазинах и маркетплейсах, измеряемых NielsenIQ, за этот период составил 34% год к году [7].

Актуальным трендом на современном потребительском рынке является выбор экологичного, гипоаллергенного товара. Данный тренд своевременно был актуализирован в период ухода иностранных компаний, что позволило в минимальный период времени привлечь внимание потребителя.

Особенность современного состояния FMCG компаний заключается в том, что система менеджмента качества, как составная часть системы управления всеобщим качеством (англ. «TotalQualityManagement», TQM), предопределила внедрение и реализацию принципов Концепции «Бережливое производство» (англ. «leanproduction», «leanmanufacturing»). Базовой основой бережливого производства служат управленческие lean-технологии бережливого мышления, проектного управления, управления результативностью хозяйственной и иной деятельности [8].

Для исследуемой компании импортозамещение стало вызовом и поводом для смены модели развития деятельности и управления. Если до 2022 г. компания позиционировалась как официальный дистрибьютор брендов с мировым именем, то в настоящее время компании находят пути. Рынок бытовой химии в России сегодня еще формируется, то и дело находят незанятые ниши, появляются смелые проекты. Об этом говорят аналитики и крупные игроки – как среди ритейлеров, так и среди производителей бытовой химии.

Преимуществами сектора являются:

- высокая частота покупок и, как следствие, низкая вовлеченность в процесс покупки (выбирают то, что знакомо);

- высокая частота покупок обеспечивается за счет минимального времени использования продукта;
- выбор на основе эмоций, так как товаров много, а потребитель не вникает в сложные и длинные описания преимуществ;
- получение прибыли за счет масштабов производства и маркетинговых активностей;
- низкие барьеры входа для торговли на рынке.

В настоящий момент идет восходящий тренд на реализацию идеи социального маркетинга не только на рынке FMCG, но и в других сферах и рынках. Уход своего рода монополистов, влиявших на потребительский рынок с высокой долей охвата, показал существующие возможности построения новых связей в условиях динамики требований к коммуникациям, распределительной сети, распределения продаж по видам и типам каналов.

Кризис в экономике породил новые тенденции: бережливое производство, снижение себестоимости и затрат, развитие заинтересованности в новых брендах дает возможность находить новые товары, выстраивать отношения как с розничной торговлей, так и позиционировать бренды для продвижения товаров.

1. Спридонова Г.В., Мрочко Л.В. Антикризисные тренды рынка FMCG в период пандемии: e-grocery, маркетплейсы, цифровые технологии // Экономические и социально-гуманитарные исследования. – 2021. – №1. – С. 26-33.

2. Воронова О.В., Ильин И.В., Харева В.А. Разработка архитектурной модели бизнес-сервисов системы взаимодействия с потребителями сетевых торговых компаний // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2020. – №5 (125). – С. 86–94.

3. Воронова О.В., Ильин И.В., Харева В.А. Методологические основы формирования системы требований к архитектуре сервисов сетевых торговых компаний // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2020. – №6 (126). – С. 117-124.

4. Ткач Д.Н. Адаптация бизнес-моделей в ритейле в эпоху цифровизации и ускоренного развития онлайн-сегмента // Вестник Московской международной академии. – 2022. – №2. – С. 189-193.

5. Терентьева Д.Ю., Антипенкова Д.А. Значимость социального маркетинга для брендов FMCG-рынка // Скиф. Вопросы студенческой науки. – 2022. – №5 (69). – С. 137-140.

6. Тренды рынка бытовой химии 2023 года. – Текст: электронный. – URL: <https://strategyjournal.ru/ekonomika-i-biznes/trendy-rynka-bytovoj-himii-2023/>.

7. Доля онлайн-торговли товаров повседневного спроса впервые превысила 10% рынка. – Текст: электронный. – URL: <https://adindex.ru/news/researches/2024/05/8/322508.phtml>.

8. О стратегии развития регионального потребительского рынка на основе принципов бережливого производства / Н.Е. Красова, Е.М. Лещенко, Э.Н. Рыжова, Е.В. Рыжов // Регион: системы, экономика, управление. – 2021. – №2 (53). – С. 37–46.

УДК 659.127

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, КАК ИНСТРУМЕНТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ КЛИЕНТОВ В СФЕРУ УСЛУГ

М.С. Нечухин, студент
А.Г. Ким, канд. экон. наук, профессор

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

***Аннотация.** Использование социальных сетей для привлечения клиентов в сферу услуг имеет свои особенности. Среди них – возможность эффективного взаимодействия с потенциальными клиентами, создание персонализированных контентных стратегий и установление долгосрочных отношений с аудиторией. Важно также учитывать специфику каждой социальной платформы и адаптировать контент под интересы и потребности целевой аудитории. Публикация информации о предлагаемых услугах, отзывов клиентов и специальных предложений может привлечь внимание потенциальных клиентов и стимулировать их к сотрудничеству. Таким образом, использование социальных сетей является эффективным инструментом для привлечения клиентов в сферу услуг, позволяя достичь широкой аудитории и укрепить позиции бренда на рынке.*

Ключевые слова: социальные сети, привлечение клиентов, персонализированный контент, специальные предложения, особенности, аудитория, информация.

FEATURES OF USING SOCIAL NETWORKS AS A WAY TO ATTRACT CLIENTS TO THE SERVICE SECTOR

Abstract. *Using social networks to attract clients to the service sector has its own peculiarities. Among them are the opportunity for effective interaction with potential clients, creating personalized content strategies, and establishing long-term relationships with the audience. It is also important to consider the specificity of each social platform and adapt the content to the interests and needs of the target audience. Posting information about the services offered, customer reviews, and special offers can attract the attention of potential clients and stimulate them to cooperate. Thus, using social networks is an effective tool for attracting clients to the service sector, allowing to reach a wide audience and strengthen the brand's position in the market.*

Keywords: *social networks, customer attraction, personalized content, special offers, features, audience, information.*

Введение

С развитием интернет-технологий и распространением социальных сетей в последние десятилетия сфера услуг столкнулась с необходимостью пересмотра своих стратегий привлечения клиентов. Социальные сети стали неотъемлемой частью повседневной жизни миллионов людей по всему миру, предоставляя уникальные возможности для взаимодействия между бизнесом и его потенциальными клиентами. В наше время социальные сети являются не просто площадками для общения, а мощным инструментом маркетинга, позволяющим компаниям эффективно продвигать свои услуги и привлекать новых клиентов. В связи с этим возникает необходимость в изучении особенностей использования социальных сетей как способа привлечения клиентов в сфере услуг.

Целью данной статьи является рассмотрение ключевых аспектов использования социальных сетей для привлечения клиентов в сферу услуг. В процессе анализа мы рассмотрим основные преимущества социальных сетей в этом контексте, выявим основные стратегии и инструменты, а также проанализируем успешные кейсы использования социальных сетей в сфере услуг.

Данная статья призвана стать руководством для предпринимателей и маркетологов, которые стремятся улучшить эффективность своих маркетинговых кампаний и привлечения клиентов через социальные сети. Вместе мы рассмотрим, какие возможности предоставляют социальные сети, какие стратегии следует использовать для достижения успеха и какие инструменты помогут оценить эффективность проводимых кампаний.

Далее мы перейдем к рассмотрению основных аспектов использования социальных сетей в сфере услуг, начиная с обзора основных преимуществ этого инструмента маркетинга.

Возможность персонализации контента

Персонализация контента является одним из ключевых преимуществ использования социальных сетей в сфере услуг. Эта стратегия позволяет компаниям создавать контент, который наиболее соответствует интересам, потребностям и предпочтениям их целевой аудитории. Давайте рассмотрим более подробно, какие особенности персонализации контента сделали его настолько важным в маркетинге услуг.

Адаптация под интересы аудитории: Персонализированный контент может быть создан с учетом интересов и предпочтений целевой аудитории. Например, компания, предоставляющая услуги по путешествиям, может создавать контент, который соответствует интересам различных групп клиентов: любителей активного отдыха, романтиков, семей с детьми и т.д. Это позволяет привлечь внимание каждой группы клиентов и сделать предложение более привлекательным для них.

Учет поведенческих данных: Социальные сети предоставляют компаниям доступ к поведенческим данным своих пользователей, таким как лайки, комментарии, просмотры видео и другие действия. Эта информация позволяет анализировать предпочтения аудитории и создавать контент, который будет наиболее релевантным и привлекательным для них. Например, компания может создать персонализированный контент на основе тематики публикаций, которые пользователь ранее лайкал или комментировал.

Интерактивные элементы: Персонализированный контент может включать в себя интерактивные элементы, такие как опросы, викторины, игры и т. д. Эти элементы позволяют пользова-

телям взаимодействовать с контентом и делать его более привлекательным и увлекательным. Например, компания может создать опрос, чтобы узнать предпочтения своих клиентов и адаптировать свои услуги под них.

Поддержание лояльности клиентов: Персонализированный контент помогает укреплять связь с клиентами и поддерживать их лояльность к бренду. Когда пользователи видят, что компания учитывает их интересы и предпочтения, они становятся более склонными к взаимодействию с ней и остаются верными клиентами на долгосрочной основе.

В целом, возможность персонализации контента делает его более привлекательным и эффективным инструментом маркетинга в сфере услуг. Компании, которые умело используют эту стратегию, могут увеличить свою привлекательность для целевой аудитории и достичь большего успеха на рынке.

Использование инфлюэнсер-маркетинга

Инфлюэнсер-маркетинг стал одним из наиболее эффективных способов привлечения клиентов в сфере услуг благодаря возможности влиять на мнение и поведение целевой аудитории при помощи популярных личностей в социальных сетях. Рассмотрим основные аспекты использования инфлюэнсер-маркетинга в сфере услуг:

Выбор подходящих инфлюэнсеров. Один из ключевых моментов при использовании инфлюэнсер-маркетинга – это выбор подходящих личностей для сотрудничества. Инфлюэнсеры должны быть не только популярными в социальных сетях, но и иметь целевую аудиторию, соответствующую вашей сфере услуг. Например, для рекламы услуги в области фитнеса целесообразно выбирать инфлюэнсеров, специализирующихся на спорте и здоровом образе жизни.

Создание аутентичного контента. Эффективная работа с инфлюэнсерами требует создания аутентичного контента, который соответствует их стилю и тону коммуникации. Контент должен быть естественным и непринужденным, чтобы вызывать доверие у целевой аудитории и максимально эффективно передавать ваше сообщение.

Участие в различных форматах контента: Инфлюэнсер-маркетинг позволяет использовать различные форматы контента, такие как фотографии, видео, сторис, живые трансляции и т.д. Разнообразие форматов позволяет максимально эффективно донести ваше сообщение до аудитории и привлечь ее внимание. **Повышение уровня доверия:** Сотрудничество с популярными инфлюэнсерами позволяет повысить уровень доверия к вашей компании и услугам. Поскольку инфлюэнсеры уже имеют устоявшуюся аудиторию, рекомендации их могут быть восприняты потребителями как более достоверные и авторитетные.

Отслеживание результатов. Для оценки эффективности кампании инфлюэнсер-маркетинга необходимо отслеживать ключевые метрики, такие как число просмотров, лайков, комментариев, переходов по ссылке и т.д. Это позволяет оценить влияние сотрудничества с инфлюэнсерами на поведение потребителей и корректировать стратегию маркетинга в соответствии с полученными данными.

Примеры успешного использования инфлюэнсер-маркетинга: Множество компаний уже успешно используют инфлюэнсер-маркетинг для привлечения клиентов в сферу услуг. Например, отели и рестораны сотрудничают с популярными блогерами и путешественниками для рекламы своих услуг. Косметические бренды используют инфлюэнсер-маркетинг для продвижения своей продукции через обзоры и рекомендации от популярных визажистов и блогеров красоты.

В целом, использование инфлюэнсер-маркетинга является эффективным способом привлечения клиентов в сферу услуг, позволяя компаниям эффективно взаимодействовать с целевой аудиторией и повышать уровень доверия к своему бренду и услугам.

Использование рекламных кампаний в социальных сетях

Рекламные кампании в социальных сетях являются одним из ключевых инструментов для привлечения клиентов в сферу услуг. Рассмотрим основные аспекты использования рекламных кампаний в социальных сетях:

Целевая аудитория и настройка таргетинга: Перед запуском рекламной кампании необходимо определить целевую аудиторию – это поможет точно настроить таргетинг и достигнуть нужных пользователей. Социальные сети предлагают широкие возможности по выбору параметров таргетинга, таких как возраст, пол, местоположение, интересы, поведение и многое другое. Это позволяет максимально оптимизировать расходы на рекламу и донести рекламное сообщение до наиболее релевантной аудитории.

Выбор формата рекламы: Социальные сети предлагают различные форматы рекламы, такие как баннеры, карусели, видеоролики, сторис и многое другое. Выбор формата зависит от целей кампании и особенностей продвигаемой услуги. Например, для рекламы ресторана или кафе эффективно использовать видеоролики с кулинарными шоу или сторис с обзорами блюд.

Создание привлекательного контента: Качественный контент играет ключевую роль в эффективности рекламной кампании в социальных сетях. Контент должен быть привлекательным, информативным и соответствовать интересам и ожиданиям аудитории. Важно создавать контент, который вызывает эмоции у пользователей и мотивирует их на действие – посещение вашего заведения или использование ваших услуг.

Анализ результатов и оптимизация кампании: Одним из ключевых моментов успешной рекламной кампании является постоянный анализ результатов и оптимизация стратегии в соответствии с полученными данными. Социальные сети предоставляют инструменты аналитики, которые позволяют отслеживать эффективность кампании и делать необходимые корректировки для улучшения результатов. На основе анализа можно определить наиболее эффективные форматы рекламы, временные интервалы и параметры таргетинга.

Примеры успешных рекламных кампаний: Множество компаний уже успешно используют рекламные кампании в социальных сетях для привлечения клиентов в сферу услуг. Например, рекламные кампании сетей ресторанов и кафе, медицинских клиник, салонов красоты и других услуг позволяют привлекать новых клиентов и увеличивать узнаваемость бренда.

Систематизация и планирование: Для эффективного использования рекламных кампаний необходимо систематизировать процесс и планировать кампании заранее. Это позволяет избежать спонтанных решений и обеспечить последовательность.

Взаимодействие с аудиторией и создание сообщества

Взаимодействие с аудиторией и создание сообщества играют важную роль в успешной привлечении клиентов в сферу услуг через социальные сети. Рассмотрим ключевые аспекты этого процесса:

Ответы на вопросы и обратную связь: Один из способов активного взаимодействия с аудиторией – это оперативные ответы на их вопросы и обратную связь. Пользователи социальных сетей часто обращаются к компаниям с вопросами о продуктах или услугах, и быстрый и качественный ответ может сыграть решающую роль в их решении стать вашим клиентом.

Организация конкурсов и акций: Организация различных конкурсов, акций и розыгрышей призов – отличный способ привлечения внимания аудитории и стимулирования вовлеченности. Например, это может быть конкурс на лучшее фото с использованием вашей услуги или акция на скидку для участников группы.

Публикация интересного контента: Регулярная публикация интересного и полезного контента помогает создать сообщество вокруг вашего бренда и привлечь новых подписчиков. Это могут быть полезные советы, инструкции, обзоры, кулинарные рецепты и многое другое, что будет интересно вашей целевой аудитории.

Организация онлайн-мероприятий: Виртуальные мероприятия, такие как вебинары, онлайн-трансляции, викторины и т. д., позволяют взаимодействовать с аудиторией в реальном времени и делиться полезной информацией. Это помогает установить более тесные отношения с клиентами и продемонстрировать экспертность в вашей сфере деятельности.

Стимулирование пользовательского контента: Поддерживайте взаимодействие аудитории, стимулируя их создавать и делиться собственным контентом, связанным с вашей услугой. Например, это может быть хештег, по которому пользователи делятся фотографиями с вашего мероприятия или использования вашей услуги.

Мониторинг и анализ вовлеченности: Важно постоянно отслеживать вовлеченность аудитории в ваши социальные аккаунты, анализировать реакции на опубликованный контент и проводить соответствующие корректировки. Это позволяет понять, что интересует вашу аудиторию, и адаптировать свою стратегию в соответствии с их потребностями и ожиданиями.

Создание сообщества: В конечном итоге, активное взаимодействие с аудиторией, создание интересного и полезного контента, организация мероприятий и стимулирование пользовательского контента помогают создать сообщество вокруг вашего бренда. Это сообщество будет не только вашими клиентами, но и сторонниками и пропагандистами вашего бренда, что существенно увеличит его узнаваемость и привлекательность.

Измерение эффективности и аналитика

Измерение эффективности и аналитика играют ключевую роль в оценке результатов использования социальных сетей в качестве способа привлечения клиентов в сферу услуг. Рассмотрим основные аспекты этого процесса:

Установка целей и KPI: Прежде всего, необходимо определить цели вашего присутствия в социальных сетях и выделить ключевые показатели эффективности (KPI), которые позволят оценить достижение этих целей. Например, целью может быть увеличение числа клиентов или повышение уровня узнаваемости бренда, а KPI – количество новых подписчиков, уровень вовлеченности аудитории, конверсия и другие.

Выбор метрик для измерения: Для оценки эффективности вашей стратегии в социальных сетях необходимо выбрать соответствующие метрики, которые позволят измерить достижение поставленных целей. Это могут быть такие показатели, как охват аудитории, вовлеченность (лайки, комментарии, репосты), конверсия (количество клиентов, пришедших из социальных сетей), трафик на сайт, уровень узнаваемости бренда и другие.

Использование аналитических инструментов: Для сбора и анализа данных по эффективности вашего присутствия в социальных сетях необходимо использовать специализированные аналитические инструменты. Большинство популярных социальных платформ предоставляют свои собственные инструменты аналитики, позволяющие отслеживать различные метрики и проводить детальный анализ результатов.

Регулярный мониторинг и анализ: Важно регулярно отслеживать и анализировать данные по эффективности вашего присутствия в социальных сетях. Это позволяет оперативно реагировать на изменения в поведении аудитории и вносить корректировки в вашу стратегию в случае необходимости. Регулярный мониторинг также помогает выявить успешные и неуспешные аспекты вашей работы и определить лучшие практики для дальнейшего развития.

Анализ конкурентов: Помимо анализа собственных показателей эффективности, важно также проводить анализ деятельности конкурентов в социальных сетях. Это позволяет выявить их сильные и слабые стороны, а также определить успешные стратегии, которые можно адаптировать для собственного использования.

Создание отчетов и итоговых выводов: На основе собранных данных необходимо создавать отчеты по эффективности вашего присутствия в социальных сетях и делать соответствующие выводы. Отчеты должны содержать анализ ключевых показателей эффективности, оценку достижения поставленных целей, а также рекомендации по дальнейшему развитию стратегии.

Применение полученных данных для оптимизации стратегии

Полученные данные по измерению эффективности и аналитике играют решающую роль в оптимизации стратегии использования социальных сетей для привлечения клиентов в сферу услуг. В этом пункте рассмотрим, каким образом можно использовать данные для улучшения результатов:

1. *Анализ успешных и неуспешных аспектов:* На основе данных аналитики следует выделить успешные и неуспешные аспекты вашей стратегии в социальных сетях. Это может включать в себя выявление самых эффективных каналов привлечения клиентов, а также определение тех аспектов контента или рекламных кампаний, которые вызывают наибольший отклик аудитории.

2. *Оптимизация контента и рекламных кампаний:* На основе анализа данных можно провести оптимизацию контента и рекламных кампаний в социальных сетях. Это может включать в себя изменение формата или стиля контента, адаптацию сообщений под интересы и потребности аудитории, а также оптимизацию целевых аудиторий и бюджетов рекламы.

3. *Эксперименты и A/B-тестирование:* Для оптимизации стратегии можно проводить эксперименты и A/B-тестирование различных вариантов контента и рекламных кампаний. Это позволяет выявить наиболее эффективные подходы и принимать обоснованные решения на основе данных.

4. *Корректировка стратегии:* На основе результатов анализа данных следует корректировать стратегию использования социальных сетей. Это может включать в себя изменение приоритетов, перераспределение бюджетов и ресурсов, а также внедрение новых инновационных подходов в работу.

5. *Мониторинг и повторный анализ:* После внесения изменений в стратегию необходимо продолжать мониторить ее эффективность и проводить повторный анализ данных. Это позволяет отслеживать изменения в поведении аудитории и оперативно реагировать на них, а также корректировать стратегию в соответствии с новыми трендами и условиями рынка.

6. *Постоянное совершенствование:* Процесс оптимизации стратегии в использовании социальных сетей для привлечения клиентов в сферу услуг является непрерывным и постоянным.

Важно постоянно совершенствовать свои подходы, следить за изменениями в сфере социальных медиа и адаптироваться к новым условиям и требованиям рынка.

Выводы

1. Социальные сети стали неотъемлемой частью маркетинга в сфере услуг и предоставляют компаниям уникальные возможности для привлечения новых клиентов.

2. Персонализация контента является ключевым преимуществом использования социальных сетей, позволяя компаниям создавать контент, который максимально соответствует интересам и потребностям целевой аудитории.

3. Использование инфлюэнсер-маркетинга стал эффективным способом привлечения клиентов в сфере услуг, при условии выбора подходящих личностей для сотрудничества и создания аутентичного контента.

4. В целом, компании, которые умело используют социальные сети для привлечения клиентов, могут увеличить свою привлекательность для аудитории, укрепить связь с клиентами и достичь большего успеха на рынке услуг.

1. Гончаров В.Н., Курипченко Е.В. Использование интернет-технологий в маркетинге // Менеджер. – 2020. – № 3(93). – С. 181-187.

2. Горохов М.М., Докучаев Д.Е., Трефилова А.Д. Интернет-маркетинг: стратегия и виды // Социально-экономическое управление: теория и практика. – 2019. – № 1(36). – С. 21-24.

3. Винарский Я.С., Гутгарц Р.Д. Web-аппликации в интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение: практическое пособие. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 269 с.

4. Петрова В.А., Левчук Е.А. Мировые тенденции использования интернет-маркетинга // Актуальные научные исследования в современном мире. – 2019. – № 1-1(45). – С. 6-12.

УДК 339.138

ИССЛЕДОВАНИЕ ОСНОВНЫХ ТРЕНДОВ НА РЫНКЕ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА РОССИИ/МИРА

Р.В. Орехов, А.А. Баканов, Т.И. Корж, бакалавры
В.В. Жохова, канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

***Аннотация.** В современном информационном обществе, где цифровые технологии проникают во все сферы нашей жизни, цифровой маркетинг становится неотъемлемой частью успешной бизнес-стратегии.*

***Ключевые слова:** цифровой маркетинг, бизнес, инновационные технологии, рынок.*

RESEARCH OF THE MAIN TRENDS IN THE DIGITAL MARKETING MARKET IN RUSSIA/THE WORLD

***Abstract.** In today's information society, where digital technologies are penetrating into all areas of our lives, digital marketing is becoming an integral part of a successful business strategy.*

***Keywords:** digital marketing, business, innovative technologies, market.*

Цель, проблема и актуальность исследования

Актуальность исследования: в настоящее время ориентир на требования потребителей является необходимым и обязательным условием конкурентоспособности любой фирмы. Для того чтобы поддерживать конкурентоспособность фирмы и бизнеса на оптимальном уровне следует знать основные тренды развития на рынке цифрового маркетинга России и использовать все имеющиеся его инструменты.

Цель работы: выявление ключевых тенденций и изменений происходящих на рынке цифрового маркетинга в России и в мире.

Для достижения цели поставлены следующие задачи:

- определение сущности и понятия цифрового маркетинга;
- изучение этапов развития цифрового маркетинга;
- выявление основных трендов и особенностей цифрового маркетинга в России;
- проведение исследования влияния цифрового маркетинга на российский современный бизнес.

Объектом является цифровой маркетинг.

Предметом является исследование основных тенденций и особенностей цифрового маркетинга в России/мире.

Понятие «цифровой маркетинг»

Концепция цифрового маркетинга вошла в научную и практическую деятельность в области маркетинга с 1980-х годов и получила широкое распространение с активным распространением интернет-технологий [1].

Развитие цифровых медиа создало новые возможности для маркетинга и рекламы. Распространение мобильных устройств с доступом к цифровым каналам привело к резкому росту цифровой рекламы. Значительно возросла сложность цифровых маркетинговых инструментов как эффективного набора для построения глубоких и релевантных отношений с потребителями. Систематизация основных понятий цифрового маркетинга представлена в табл. 1.

Исследование цифрового маркетинга показывает различные инструменты и подходы в сфере цифрового маркетинга, такие как мобильный маркетинг, e-mail-маркетинг и цифровая система CRM. Отдельное внимание уделяется оценке экономической эффективности интернет-маркетинга и использованию цифровой инфраструктуры для принятия решений и обработки информации.

Таблица 1

Основные понятия цифрового маркетинга

Источник	Понятие	Контекст
[2]	Цифровой маркетинг в формате четырех взаимосвязанных факторов продвижения товаров и услуг в цифровой среде: SEO, SMM, контент маркетинг, реклама	Подробно рассматривается действие каждого фактора. Специальные главы посвящены мобильному маркетингу, e-mail-маркетингу, цифровой системе CRM
[3]	Цифровой маркетинг основан на применении информационно-коммуникационных технологий для создания коммуникации, доставки и обмена предложениями, которые имеют ценность для покупателей, пользователей, партнеров и общества в целом	Практическим подходам оценки и анализа экономической эффективности интернет-маркетинга, рассмотрению цифровой инфраструктуры, позволяющей расширить возможности маркетолога в сфере принятия решений и обработки больших объемов информации
[4]	Цифровой маркетинг характеризуется применением инструментов и каналов digital-маркетинга, интернет-продвижения, использованием социальных сетей для успешного позиционирования компании на рынке и эффективного диалога с целевыми аудиториями потребителей и партнеров.	Анализируются современные инструменты маркетинговых коммуникаций в цифровом маркетинге, такие как контекстная реклама, SEO, e-mail-маркетинг, sms-маркетинг и др. с учетом специфики целевых аудиторий.

Таким образом, цифровой маркетинг – это целевой и интерактивный маркетинг продуктов и услуг с использованием информационно-коммуникационных технологий для создания ценных предложений по коммуникации, доставке и обмену для клиентов, пользователей, партнеров и общества в целом. Именно это понятие цифрового маркетинга является наиболее точным, так как с помощью целевого и интерактивного маркетинга маркетолог может вызывать у клиента яркие эмоции, которые увеличивают заинтересованность в бренде и его продукте, а информационно-коммуникационные технологии упрощают эту задачу.

История развития цифрового маркетинга

Развитие цифрового маркетинга тесно связано с расширением сети интернет. Благодаря этой связи, пользователи сети получили возможность купить, продать или обменять информацию, а также разместить рекламные объявления и прочее. В 1980-х годах объем памяти компьютеров стал настолько высоким, что компании смогли использовать методы маркетинга на основе баз данных. Это кардинально изменило отношение продавцов и покупателей, позволив отслеживать информацию о клиентах. Однако ручной процесс оказался неэффективным.

В 2000-х годах количество пользователей интернета продолжало расти, а выпуск первого iPhone способствовал тому, что все больше клиентов предпочитали покупать онлайн. Это создало проблемы для отделов маркетинга. Кроме того, опрос, проведенный в 2000 году в Великобритании, показал, что большинство розничных продавцов даже не имели доменных адресов. Все эти факторы побудили маркетологов разрабатывать новые способы внедрения цифровых технологий на развивающийся рынок [5].

Цифровой маркетинг также называется «онлайн-маркетингом» или «интернет-маркетингом». В Соединенных Штатах более популярным термином является «интернет-маркетинг». В Италии цифровой маркетинг принято называть «веб-маркетингом». Этот термин стал широко известен во всем мире после 2013 года.

В современное время цифровой маркетинг изменил представление о бизнесе. Онлайн-магазины и веб-сайты стали отличными инструментами для тех, кто хочет предложить свой товар или услугу. При этом многие стремятся начать свое дело, минимизируя вложения и расходы. Благодаря цифровому маркетингу можно добиться максимального охвата аудитории, если у тебя есть идея, товар или услуга [5].

Такие реалии изменили подход к планируемым объемам потребления со стороны общества, а также способствовали отходу от ролевого участия маркетинга в стимулировании избыточного потребления, как двигателя экономического прогресса, к рационализированной, сберегающей модели потребления. Что актуализирует вопрос эволюции маркетинга в рамках концепции устойчивого развития и цифровой трансформации общества.

На рисунке 1 представлены элементы цифрового маркетинга.



Рис. 1. Элементы цифрового маркетинга

Основные тренды цифрового маркетинга в России

Современный цифровой маркетинг в России становится все более популярным и важным для компаний. Важными трендами являются активное использование мобильных устройств, продвижение через социальные сети, персонализация рекламы и увеличение роли видео контента. Компании активно адаптируют свои стратегии под мобильные платформы, используют социальные сети для продвижения и сотрудничества с блогерами, анализируют данные для создания персонализированной рекламы и создают видеоролики для улучшения взаимодействия с клиентами.

Один из основных трендов современного цифрового маркетинга в России – это активное использование мобильных устройств. Поскольку большинство населения имеет доступ к смартфонам, компании понимают, что необходимо адаптировать свои маркетинговые стратегии под мобильные платформы [6].

В России социальные сети играют важную роль в цифровом маркетинге. Платформы, такие как ВКонтакте, Одноклассники и Telegram, используются компаниями для продвижения своих товаров и услуг.

Персонализация становится одной из основных задач цифрового маркетинга в России. Маркетологи понимают, что клиенты больше реагируют на персонализированную рекламу, которая учитывает их предпочтения и поведение в интернете.

Видео становится все более популярным форматом контента в цифровом маркетинге. Ролики, размещаемые на популярных платформах, таких как YouTube и социальные сети, способны привлечь больше внимания и будут доминировать в будущем [7].

Исследование влияния цифрового маркетинга на современный бизнес

Цифровой маркетинг – это эффективное использование интернет-каналов для установления связей между потребителями и брендом. Он постоянно меняется в соответствии с рыночными тенденциями и имеет огромное влияние на продажи и коммерческие процессы.

Цифровой маркетинг является неотъемлемым инструментом для успеха в конкурентной среде современного бизнеса. Он использует цифровые технологии, интернет и социальные медиа для продвижения товаров и услуг, анализа данных и укрепления бренда. Важную роль играют информационные технологии, которые помогают оптимизировать рекламные кампании, анализировать поведение пользователей и создавать персонализированные предложения.

Электронная торговля является одной из ключевых связей между цифровым маркетингом и бизнесом, используя стратегии интернет-маркетинга для привлечения клиентов на платформы электронной торговли. Цифровой маркетинг также помогает удерживать клиентов и повышать их лояльность, благодаря персонализации и аналитике данных, что способствует созданию долгосрочных отношений [7].

В таблице 2 представлены особенности электронной коммерции для участников экономических отношений. В настоящее время, крупные организации активно внедряют интернет-платформы для осуществления своих бизнес-процессов, что позволяет значительно снизить как затраты, так и время, затрачиваемое на воплощение идей в реальность [7].

Таблица 2

Преимущества и недостатки электронной коммерции для различных участников экономических отношений

Сравнение	Потребитель	Производитель
Недостатки	Недоверие к интернет-услугам: – к качеству товаров – риски при возврате товара	Легализация и регулирование деятельности
Преимущества	– Доступность – Разнообразный ассортимент товаров – Анонимность	Экономия затрат и времени

На рисунке 2 рассмотрены данные исследовательского агентства Data Insight. Согласно исследованию, в России более 90 миллионов пользователей, из которых более 70% совершили онлайн-покупку за последние полгода. Самыми популярными товарами являются билеты на авиаперелеты и железнодорожные поездки, одежда и обувь, а также техника. В стране функционирует около 300 тысяч интернет-сайтов для покупок онлайн, но только около 2000 из них получают более 20 заказов в день.



Рис. 2. Данные исследовательского агентства Data Insight о покупках в интернет-магазинах

Прогнозируется дальнейший рост интернет-торговли в России, с увеличением объема продаж до 2,4 триллиона рублей к 2023 году. Сейчас интернет-продажи уже составляют 12,7% общего объема розничных продаж страны. Цифровой маркетинг позволяет привлечь больше потенциальных клиентов, увеличить объем продаж, разработать конкурентные условия и сэкономить ресурсы [8].

Выводы по исследованию

Современные технологии «принесли» цифровой маркетинг, который изменил наш взгляд на ведение бизнеса. Для тех, кто хочет предложить что-то на рынке, но не знает, как это сделать с минимальными затратами, цифровой маркетинг стал незаменимым инструментом.

Изучение развития цифрового маркетинга показало, что его основная особенность – взаимодействие. Эффективное применение цифровых инструментов зависит от участия потенциальных потребителей. Посетители цифровых ресурсов должны знать основную информацию и уметь пользоваться цифровыми коммуникациями, а также быть лояльными к выбранному бренду и быть уверенными в полезности получаемой информации. Важно, чтобы средства цифрового маркетинга вызывали постоянный отклик и реакцию со стороны потребителей.

1. Прядко С.Н., Кучерявенко С.А., Быканова Н.И. Цифровой маркетинг: учеб. пособие. – Белгород: ИД «БелГУ» НИУ «БелГУ», 2023. – 104 с.
2. Шевченко Д.А. Цифровой маркетинг: учебник. – Москва: Директ-Медиа, 2022. – 185 с
3. Цыганкова В.Н., Чунаков А.И. Цифровой маркетинг: учебное пособие. – Волгоград: Волгоградский государственный технический университет, 2022. – 80 с.
4. Цифровой маркетинг: учебник для бакалавров / О.Н. Жильцова, А.В. Гавриков, Д.А. Жильцов [и др.]. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью «Центркаталог», 2020. – 208 с.
5. Эволюция цифрового маркетинга и его роли в управлении бизнесом // cyberleninka.ru: [сайт]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-tsifrovogo-marketinga-i-ego-rol-i-v-upravlenii-biznesom?ysclid=lrg55pfgo2668146016> / (дата обращения 12.01.2024)
6. Стыцок Р.Ю. Характерные черты и тренды развития цифрового маркетинга на российском рынке // Вестник алтайской академии экономики и права. Серия: Экономика. 2020. № 9. С. 166–172.
7. Моттаева А. Б., Знаменская Е. П. Анализ влияния цифрового маркетинга на предпринимательство // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. 2019. № 4. С. 57–62.
8. Data Insight: интернет-торговля в России 2018 // Shopolog: [сайт]. URL: <https://www.shopolog.ru/metodichka/analytics/data-insight-internet-torgovlya-v-rossii-2018/> (дата обращения: 09.12.2023).

УДК 658.8.012.12

ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ НА АВТОМОБИЛЬНОМ РЫНКЕ (НА ПРИМЕРЕ ПРИМОРСКОГО КРАЯ)

Я.И. Пехтерев, бакалавр
А.Г. Ким, канд. экон. наук, профессор

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. *Автомобильный рынок является инертным, зависимым от инфраструктуры (поставки запасных частей, навыки и умения автосервисов), государственной политики регулирования автомобильного рынка. Автомобильный рынок Приморского края является полностью зависимым от импорта, что в современных экономических условиях требует от дилеров внимания к развитию каналов коммуникаций, стратегии продвижения с учетом удержания доверия потребителей.*

Ключевые слова: *автомобильный маркетинг, гиперсегментация, автомобили с пробегом, система продвижения, таргетированная реклама.*

INTERNET TECHNOLOGIES FOR THE PROMOTION OF SERVICES IN THE AUTOMOTIVE MARKET (USING THE EXAMPLE OF PRIMORSKY KRAI)

Abstract. *The automobile market is inert, dependent on infrastructure (supply of spare parts, skills and abilities of car services), and state policy for regulating the automobile market. The automobile market of the Primorsky Krai is completely dependent on imports, which in modern economic condi-*

tions requires dealers to pay attention to the development of communication channels and promotion strategies, taking into account maintaining consumer trust.

Keywords: *automotive marketing, hypersegmentation, used cars, promotion system, targeted advertising.*

Введение

Автомобильный рынок – это рынок брендов, который имеет свою специфику распределения по географическому признаку и уровню покупательской способности. Автомобильный рынок разделен на сектор новых и подержанных автомобилей, которые в маркетинге дополняют друг друга. Таким образом, система продвижения опирается на результативность охвата рынка брендами, а также особенностями покупательского поведения автолюбителей на географических рынках с учетом цифровизации информационного пространства.

Целью исследования является разработка рекомендаций организации продвижения услуг для компании ООО «ПроАвто». Предмет исследования – деятельность ООО «ПроАвто» на рынке автомобильных услуг.

Российский автомобильный рынок имеет свою специфику, которая выражена в том, что покупка предполагает процесс его длительного использования в отличие от зарубежного, где использование автомобиля ограничивается 2-4 годами [1].

Продвижение услуг на автомобильном рынке в настоящее время включает применение инструментов коммуникации, технологий активной вовлеченности пользователей автомобилей в формирование мнения о той или иной марке, бренде, работе дилера, возможности демонстрации статуса обладателя автомобиля. Таким образом, инициатором коммуникаций становится посредник между покупателем и производителем, в данной цепочке на рынке подержанных автомобилей присутствуют и пользователи автомобиля и посредники. Особенностью продвижения на автомобильном рынке является гиперсегментация: автопроизводители создают продукцию для разных ценовых сегментов, от бюджетного до премиального. Формирование таргетированных предложений для каждого сегмента позволяет создавать эффективную систему продаж [2].

Также при продвижении услуг следует учитывать и коммерческое использование автомобилей:

- краткосрочная аренда автомобиля (каршеринг);
- среднесрочная аренда автомобиля;
- использование автомобилей в сервисах такси;
- использование автомобилей в служебных целях (государственные структуры и частные организации).

Каждый сегмент выделяет ключевые характеристики, которые определяют пользовательскую ценность, а система продвижения учитывает их.

Современный рынок автомобилей характеризуется синхронностью с социальными процессами: автопроизводители вступают в партнерстве с технологическими компаниями, чтобы повысить уровень лояльности среди клиентов и расширить для них список привычных сценариев и способов использования транспорта [3].

Спецификой автомобильного рынка Приморского края является географическая удаленность от производителей, исторически сложившийся обоснованный спрос на автомобили японского и южнокорейского производства. События внешнеэкономического и внешнеполитического характера последних двух лет отразились на изменении структуры рынка предложений и необходимости изменения работы дилерских компаний.

Методы (Methods)

В работе были использованы кабинетный маркетинговые исследования, маркетинговый анализ, системный подход, экспертный метод коллективного мнения, дедукция, метод аналогии.

Исследование рынка

Мировой автомобильный рынок в 2023 г. восстановился после кризиса 2020–2021 гг., что отражается на стабильности роста продаж. Российский рынок за год повысил свои позиции на 3 пункта, что определяет стабилизацию спроса и восстановление рынка в новых условиях. Следует отметить, что санкции, введенные в отношении России, отразились на структуре предложения, при том, что на внутренний рынок активно вышел лидер мирового авторынка – Китай.

В таблице 1 представлены страны-лидеры мирового авторынка [4].

Лидеры мировых авторынков в 2023 г.

№ п/п	Страна	Продажи, млн шт.	Изменения 2023/2022 гг., %	Продажа на 1000 чел.
1	Китай	22,37	1,1	16
2	США	15,36	12,4	46
3	Япония	4,78	13,8	38
4	Индия	4,20	8,3	3
5	Германия	2,83	7,4	34
6	Бразилия	2,18	11,3	10
7	Британия	1,90	17,9	28
9	Ю. Корея	1,72	3,2	33
10	Канада	1,69	11,4	42
11	Италия	1,57	18,9	27
13	Турция	1,23	57,4	14
14	Австралия	1,18	12,7	44
15	Иран	1,13	12,7	13
16	Россия	1,06	13,0	7
18	Испания	0,95	16,7	20

Следует отметить, что рост продаж связан с постепенным уходом с рынка эксплуатации автомобилей с предельным уровнем пробега, что после 2014 г. сформировало спрос на автомобили с периодом эксплуатации до 7 лет. Изменения на социально-экономическом рынке (падение курса национальной валюты, ограничения на импорт автомобилей, закрытие сборочного производства автомобилей марок стран, которые отнесены к «недружественным») определяют резкие изменения на рынке. В совокупности все факторы меняют подходы к продвижению уже имеющих высокую репутацию марок, демонстрация преимуществ новых для рынка производителей, в том числе из КНР.

Статистика поведения покупателей автомобилей выглядит следующим образом:

34 % покупателей впервые встречают свой будущий автомобиль в онлайн;

16 % покупателей видят его по телевидению;

15 % покупателей знакомятся с будущим авто где-то на улице или у дилера;

80 % тех, кто покупает автомобиль впервые, смотрят ролики про эту машину – рекламу, обзоры, тест-драйвы [5].

Таким образом, сформировались предпосылки изменения спроса: активность собственников автомобилей с большим сроком пробега, изменение рынка предложения – поиск новых каналов поставки, продвижение новых для рынка моделей, формирование доверия потребителей в новых экономических условиях.

Проведенное исследование предложений автомобильного рынка сервиса 2ГИС показало, что структура услуг компаний, осуществляющих свою деятельность в г. Владивостоке, ориентирована как на новые, так и на подержанные автомобили (рис. 1).

Таким образом, розница преобладает над оптовыми предложениями. Продажи с аукциона, автомобили с пробегом немногим превышают предложения новых автомобилей. На рынке автодилерских услуг экспертность – один из факторов конкурентоспособности. Доверие и лояльность также формируется на основе оценки

Автомобильный рынок имеет свою специфику, поэтому не все инструменты продвижения для него применимы. В качестве исследования была выбрана компания ООО «ПроАвто», которая работает на рынке с августа 2022 г. В структуре компании отсутствует маркетинговый отдел, все обязанности распределены между сотрудниками отдела продаж. По результатам финансового 2023 г. был сделан вывод, что падение выручки на 27,1% определил, что необходимо уделить внимание продвижению, учитывая активность конкурентов на рынке. Был сделан опрос потребителей в количестве 203 человека с целью выявить привлекательность методов стимулирования сбыта, которые применялись или могут быть применены.

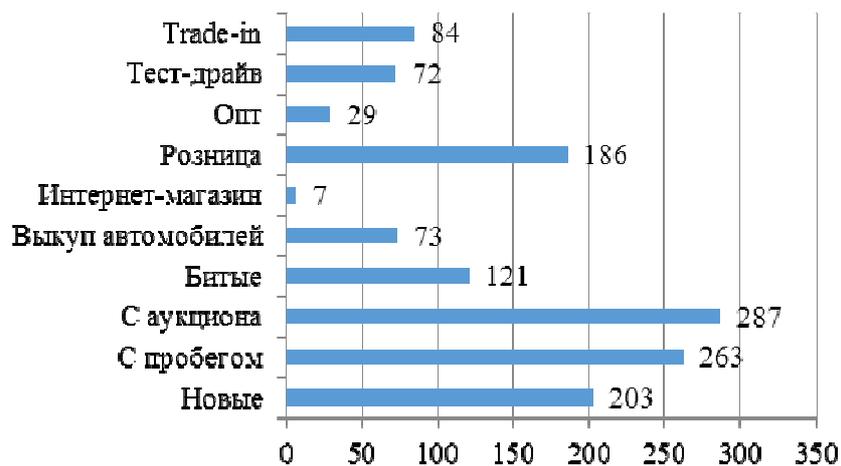


Рис. 1. Структура услуг на автомобильном рынке в 2023, г. Владивосток, ед.

На рисунке 2 представлены методы стимулирования сбыта в системах продвижения услуг компаний.



Рис. 2. Соотношение популярности маркетинговых действий при формировании рекламного предложения, %

Таким образом, наиболее популярными инструментами формирования сообщения потребителю являются призывы, понятные условия кредитования, связь с крупными дилерами, возможности посмотреть уже привезенный автомобиль и возможность сдать старый автомобиль в счет покупки нового.

К малопопулярным методам относятся скидки, специальные условия – период времени приема заявок, ликвидация склада.

В таблице 2 представлены факторов PESTEL-анализа для компании ООО «ПроАвто». Оценка проводилась по 10-ти бальной шкале, где 10 баллов – наибольшее влияние, 0 – отсутствие влияния фактора. В качестве экспертов выступили сотрудники и партнеры компании (7 чел.), оценка составлена методом коллективного мнения.

Таблица 2

PESTEL-анализ «ПроАвто»

Политические	Оценка	Технологические	Оценка
Санкции в отношении экспортно-импортных сделок	10	Совершенствование технологий производства новых марок автомобилей	6
Ограничения в отношении визовых формальностей	7	Уровень сборки и качества подержанных автомобилей и новых на рынке	8

Политические	Оценка	Технологические	Оценка
Экономические		Экологические	
Ограничения в отношении банковских переводов	6	Требования к сроку эксплуатации автомобилей	6
Падение курса рубля	9	Тренд на приобретение электромобилей	5
Темпы инфляции	8	Социокультурные	
Падение покупательской способности	8	Рост значимости автомобиля в статусе пользователя	8
Рост цен на топливо	4	Доверие к проверенным маркам автомобилей	8
Ограничения в международном экономическом взаимодействии	7	Региональная специфика – выбор подержанного автомобиля проверенной марки	8
Отсутствие в регионе сборочных производств отечественных автомобилей	5	Законодательные	8
Рост стоимости в связи с изменившейся логистикой	7	Таможенные формальности	7

Таким образом, на рынке высокое влияние оказывают социокультурные факторы, которые определяют выбор и сочетание экономических возможностей покупателей. Важно отметить фактор доверия к проверенным маркам, репутацию бренда Toyota, доля которого составляет более 40 %.

При разработке системы продвижения компания учитывает уровень доверия аудитории, активность покупателей рекомендовать компанию своему социальному окружению. В настоящее время экономические и политические условия определяют изменение ассортимента предложения, осуществление новых логистических схем по доставке автомобилей по системе «параллельного импорта», преодоление рисков экономической нестабильности. Неизменным фактором остается охват географического рынка спроса, ориентированного на ценности, предлагаемые компаниями, расположенными в г. Владивостоке.

Выводы (Results)

Автомобильный рынок Приморского края находится в прямой зависимости от импорта, при том, что сервисные услуги эксплуатации исторически ориентирован на сегменты производителей японского и корейского автопрома. Сложившаяся экономическая и внешнеполитическая ситуация определила неизбежные изменения на рынке предложения, что требует непрерывного исследования рынка конкурентов, деятельности в направлении формирования лояльности целевой аудитории на новые предложения. В динамично меняющейся внешней среде требуется внимание к каналам коммуникации, формирования стратегии продвижения услуг исследуемой компании с учетом того, что более 60 % аудитории ориентируются на интернет –каналы.

Исследуемая компания обладает положительной деловой репутацией, что позволяет ей занимать устойчивые позиции на региональном рынке. Нестабильность внешнеэкономической ситуации, высокая степень влияния факторов внешней среды, что отражается на покупательском поведении требует обоснованного экспертного контента, формирующего доверие к компании, услуги которой обладают надежностью.

В качестве рекомендаций совершенствования продвижения услуг на автомобильном рынке выделены следующие:

- включение в штат компании специалиста по маркетингу;
- включение во внимание предложения финансово-кредитных учреждений и организаций;
- изменения портрета целевой аудитории, разработка предложений под каждый сегмент;
- таргетированная реклама исходя из появления новых потребностей и преодоления новых рыночных рисков;
- учитывать мнение регионов: Амурская область, Хабаровский и Забайкальский края;
- информационные публикации должны быть подтверждены видео материалами, аналитикой, хот-листами, коммуникациями с партнерами.

1. Баршев В. Эксперты проанализировали, как изменился авторынок в России по сравнению с прошлым годом // Российская газета. 2023. URL: <https://rg.ru/2023/04/17/eksperty-avtoportala-proanalizirovali-kak-izmenilsia-avtorynok-v-rossii-po-sravneniiu-s-proshlym-godom.html> (дата обращения: 05.12.2023).

2. Юдакова, О.В. Применение программ лояльности клиентов в маркетинге торговых каналов // Экономика и предпринимательство. 2022. № 1(138). С. 838-840.

3. Молибога Е. Россия показала наилучший рост среди крупнейших авторынков мира в 2023 году // Автостат. Аналитическое агентство. URL: <https://www.autostat.ru/infographics/56861/> (дата обращения: 14.03.2024).

4. Бутковская Г.В., Ивлиев А.А. Маркетинговые технологии развития цифровых продуктов в автомобильной индустрии // E-Management. 2021. Т.4, №1. С. 74-84.

УДК 663.817

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПРИ ВЫБОРЕ НЕМОЛОЧНЫХ НАПИТКОВ НА РАСТИТЕЛЬНОЙ ОСНОВЕ

Н.О. Полозов, бакалавр
А.А. Глухоманова, преподаватель

Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия

Аннотация. Для ведения бизнеса важно знать предпочтения целевого потребителя. Потребительские предпочтения, касающиеся напитков на растительной основе, мало изучены, что делает данную тему актуальной. В статье рассматриваются вопросы, связанные с изучением мнения и предпочтений потребителей данного вида продукции, проводится статистический анализ. Рассматриваются аспекты, влияющие на выбор потребителей.

Ключевые слова: немолочные напитки на растительной основе, потребительские предпочтения, критерии выбора, полезное питание, заменители молока, анализ, рынок.

RESEARCH OF CONSUMER PREFERENCES WHEN CHOOSING NON-DAIRY PLANT-BASED BEVERAGES

Abstract. To run a business, it is important to know the preferences of the target consumer. Consumer preferences regarding plant-based beverages have been little studied, which makes this topic relevant. The article discusses issues related to the study of the opinion and preferences of consumers of this type of product, and a statistical analysis is carried out. The aspects influencing the choice of consumers are considered.

Keywords: plant-based non-dairy drinks, consumer preferences, selection criteria, healthy nutrition, milk substitutes, analysis, market.

Такой вид товаров, как немолочные напитки на растительной основе, является относительно новым для мирового рынка. При этом, данные напитки уже укоренились в нише здорового питания для людей, которые заботятся о своём здоровье. Спрос на данный вид товара стимулирует появление новых разновидностей этого товара с разными вкусами, в разных форматах, от разных производителей. Крупнейшая исследовательская компания в мире MarketsandMarkets оценивала мировой рынок растительного молока в 22,6 млрд долларов в 2020 году, в 27 млрд долларов в 2023 и спрогнозировала, что он достигнет 43,6 млрд к 2028 году, увеличиваясь в среднем на 10,1% в год [1]. Для отдельных торговых предприятий рост прибыли от реализации немолочных напитков на растительной основе зависит от того, насколько будет удовлетворён потребительский спрос на эти напитки [2]. В связи с этим исследование потребительских предпочтений покупателей является весьма актуальным.

Цель работы – изучение потребительских предпочтений покупателей немолочных напитков на растительной основе. Для достижения поставленной цели были поставлены следующие задачи:

- провести сбор данных касательно потребительских предпочтений с помощью анкетирования;
- проанализировать полученную информацию и сделать выводы. Объектом исследования являются потребительские предпочтения покупателей немолочных напитков на растительной основе.

Для оценки потребительских предпочтений при выборе немолочных напитков на растительной основе, было проведено анкетирование среди населения г. Владивостока и близлежащих населённых пунктов.

В ходе анкетирования было опрошено 220 человек в период с 27 февраля по 25 марта 2024 года.

Среди респондентов 64,2% немолочные напитки на растительной основе и 35,8% не покупают.

Согласно данным анкеты, среди опрошенных доля тех, кто покупает немолочные напитки на растительной основе, гораздо меньше, чем доля тех, кто их не покупает. Скорее всего, такое положение дел обусловлено тем, что многие потребители ещё мало знакомы с такой категорией товаров или не интересуются ими по тем или иным причинам. Одной из таких причин может служить отсутствие потребности многих респондентов в этом продукте, ведь на территории России доля людей с непереносимостью лактозы довольно мала (от 16 до 18% жителей). Причины, по которым респонденты покупают немолочные напитки на растительной основе, приведены на рис. 1.



Рис. 1. Долевое распределение респондентов по причинам покупать немолочные напитки на растительной основе

Специфический вкус немолочных напитков на растительной основе заметно отличается от вкуса продуктов, которые обычно употребляет человек. По этой причине эта характеристика является основной причиной покупки данных напитков. Одной из причин появления немолочных напитков на растительной основе была потребность рынка в заменителе молока животного происхождения для людей с непереносимостью лактозы [3]. Отсутствие лактозы в растительных напитках при прочих схожих с молоком характеристиках дало таким людям повод покупать исследуемый вид напитков.

Существует популярное мнение о том, что немолочные напитки на растительной основе являются полезным питанием. Тому, что респонденты ощущают улучшение самочувствия при употреблении этих напитков, может быть, как минимум, два объяснения: либо немолочные напитки на растительной основе действительно положительно влияют на здоровье, либо имеет место эффект плацебо.

Наиболее популярными торговыми точками для покупки немолочных напитков на растительной основе среди респондентов оказались супермаркеты (41,9%); магазины возле дома (25,6%); оптовые продуктовые базы (11,6%). Супермаркеты – это самые популярные места для покупки продуктов в городах, магазины у дома привлекают покупателей своим расположением, а на оптовых базах цены товары ниже, чем в розничных торговых предприятиях. Факторы, на которые респонденты обращают внимание при покупке немолочных напитков на растительной основе, приведены на рис. 2.



Рис. 2. Долевое распределение респондентов по факторам, влияющим на покупку немолочных напитков на растительной основе

Мы уже знаем, что одной из самых популярных причин покупки немолочных напитков на растительной основе является их вкус. Так как вкус напитка зависит от используемого сырья, то и основное сырьё при выборе будет иметь высокое значение. Цена – основной показатель при выборе практически любого товара или услуги для рядового потребителя. В тройку самых популярных факторов также вошла торговая марка. Это может говорить о том, что по каким-то причинам некоторые торговые марки настолько укрепились в памяти потребителей, что пользуются теперь наибольшей популярностью.

Самыми популярными торговыми марками немолочных напитков на растительной основе оказались «Nemoloko» (69,8%); «Zinus» (18,6%); прочие марки (9,3%). Можно сказать, что первое место было ожидаемо, так как у марки «Nemoloko» имеется мощная рекламная компания и широкий ассортимент немолочных напитков. Ситуация с торговой маркой «Zinus» уже более неожиданная, ведь, по крайней мере в супермаркетах г. Владивостока продукты этой марки встречаются нечасто. Возможно, она широко известна в узких кругах. Аналогичная ситуация может быть с «другими марками», которые не были замечены в ходе исследования. Вид основного сырья, наиболее предпочтительный для респондентов при покупке немолочных напитков на растительной основе, приведены на рис. 3.

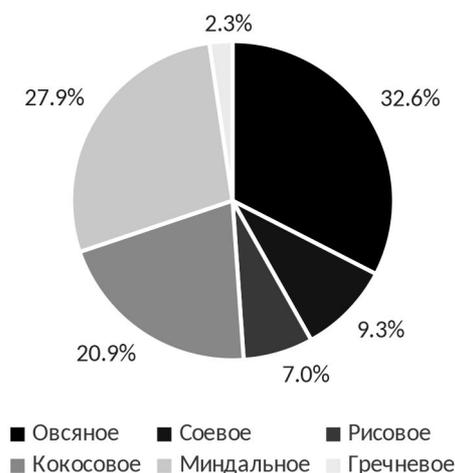


Рис. 3. Долевое распределение респондентов по предпочтению в выборе основного сырья немолочных напитков на растительной основе

Популярность овсяного молока, возможно, связана с уважением рядового потребителя к другим продуктам из овса [4]. Данная зерновая культура широко применяется при производстве диетического и детского питания, подходит людям с сахарным диабетом, прочно ассоциируется со здоровым питанием [5]. Причиной популярности немолочных напитков на миндальной основе может служить популярность самого термина «миндальное молоко», которая пришла вместе с популярностью кофе на миндальном молоке. Немолочные напитки на кокосовой основе также могли получить популярность благодаря термину «кокосовое молоко».

Вид вкусовых добавок, наиболее предпочтительный для респондентов при покупке немолочных напитков на растительной основе, приведены на рис. 4.



Рис. 4. Долевое распределение респондентов по предпочтению в выборе вкусовых добавок в немолочных напитках на растительной основе

Выбор напитков без вкусовых добавок может быть основан на желании покупателя получить напиток с натуральным вкусом, свойственным используемому сырью, или вкусом, максимально приближенным к настоящему молоку. Фруктовые и шоколадные вкусовые добавки получили популярность благодаря популярности самих шоколада и фруктов.

Самые популярные объёмы упаковок немолочных напитков на растительной основе – 1 литр (48,8%); 400 мл (25,6%); 250 мл (16,3%). Популярность объёма в 1 литр обусловлена тем, что в таком же формате продаются как обычное молоко, так и многие виды его растительных аналогов. Популярность напитков в упаковках объёмом 400 и 250 мл объяснить уже сложнее, но, вероятно, некоторым потребителям такой формат более удобен. Самыми популярными причинами отказа от растительных заменителей молока оказались: «не интересен данный вид продуктов» (27,3%); «не доверяю растительным заменителям знакомых продуктов»; (26%); «слишком высокая цена» (16,9%).

Таким образом, в результате исследования потребительских предпочтений, был сделан следующий вывод: для стимулирования спроса на напитки на растительной основе, нужно повышать доверие потребителя к ним посредством повышения схожести химического состава растительного молока и настоящего. Вместе с этим потребители хотели бы видеть более низкие цены на растительные заменители молока, что неудивительно.

На основании полученных ответов можно выявить примерные предпочтения потребителей касательно немолочных напитков на растительной основе: продукт должен иметь высокие вкусовые качества и положительно влиять на самочувствие; продаваться в крупных торговых предприятиях и магазинах возле жилых домов; иметь невысокую розничную стоимость; основное сырьё должно быть преимущественно овсяным, кокосовым или миндальным; вкусовые добавки должны преимущественно отсутствовать, но должны быть варианты с шоколадными и фруктовыми добавками; объём упаковки – преимущественно 1 литр и при всём этом заменитель молока должен вызывать доверие у покупателя схожим с настоящим молоком содержанием полезных веществ.

1. MarketsAndMarkets Dairy Alternatives Market. – Текст: электронный. – URL: [//www.marketsandmarkets.com/Market-Reports/dairy-alternatives-market-677.html](http://www.marketsandmarkets.com/Market-Reports/dairy-alternatives-market-677.html) (дата обращения: 22.03.2024).

2. Игтисамов Р.С., Шибиков В.Г. Методика оперативного управления товарным ассортиментом предприятия на основе изучения потребительских предпочтений Казанский (Приволжский) федеральный университет, Набережные Челны (дата обращения: 24.03.2024).

3. Соевое молоко: кому можно и нужно пить безлактозный напиток (дата обращения: 26.03.2024).

4. Самсонова Е.Д., Красноштанова А.А. Повышение пищевой ценности и полезных свойств продуктов с использованием овсяной муки // Российский химико-технологический университет им. Д.И. Менделеева, Москва, Россия (дата обращения: 30.03.2024).

5. Марьин В.А., Верещагин А.Л. Исследование химического состава продуктов переработки зерна овса при производстве хлопьев овсяных "геркулес" Бийский технологический институт ФГБОУ ВПО "Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова" (дата обращения: 02.04.2024).

ИССЛЕДОВАНИЕ ЗНАЧЕНИЯ ДОСТАВКИ ТОВАРОВ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА

О.А. Свищева, А.Т. Торба, бакалавры
В.В. Жохова, канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. В настоящее время можно наблюдать возросшую роль бьюти-коворкингов, которые являются эффективной альтернативой классическим форматам работы – удобны для клиентов бизнеса, для аренды и посещения.

Ключевые слова: бьюти-коворкинг, рекламная концепция, коворкинг, гибкие пространства, бизнес модель.

RESEARCH ON THE DEVELOPMENT OF AN ADVERTISING CONCEPT FOR BEAUTY COWORKING

Abstract. Currently, one can observe the increased role of beauty coworking, which are an effective alternative to classic work formats – convenient for business clients, for renting and visiting.

Keywords: beauty coworking, advertising concept, coworking, flexible spaces, business model.

Цель, проблема и актуальность исследования

Актуальность исследования: модель организации бизнеса в формате коворкинга набирает все большую популярность. Бьюти-коворкинги являются трендовыми и довольно эффективная альтернатива классическим форматам работы – удобны для клиентов бизнеса, для аренды и посещения. Высокая конкурентная среда делает такие рабочие пространства все более привлекательными, качественно оборудованными и удобными. Важно открыть бьюти-коворкинг и прорестроить стратегию продвижения нового направления в Интернете.

Проблема: в настоящее время недостаточно данных по исследованию актуальности бьюти-коворкинга и разработанным рекламным концепциям для бьюти-коворкинга Line.

Цель работы: изучить и обосновать актуальность бьюти-коворкинга и разработать рекламную концепцию бьюти-коворкинга.

Для достижения цели поставлены следующие задачи:

- *определить сущность и понятие «бьюти-коворкинга»;*
- *определить преимущества и недостатки бьюти-коворкингов;*
- *разработать рекламную концепцию бьюти-коворкинга;*

Объектом является бьюти-коворкинг.

Предметом в данной работе является разработка рекламной концепции для бьюти-коворкинга.

Понятие «бьюти-коворкинг»

Определение бьюти-коворкинг (от англ. «coworking» – «сотрудничество» – и «beauty» – «красота») организованы по принципу объединения специалистов разных областей из индустрии красоты, где можно арендовать как отдельное место, так и оборудование для работы. Среди остальных коворкингов бьюти-направление относительно новое [1].

Основное преимущество бьюти-коворкинга заключается в создании коллаборативной среды, где специалисты могут обмениваться опытом, находить новых клиентов и взаимозависимо работать вместе, создавая единый образцовый сервис для клиентов. Кроме того, бьюти-коворкинг обычно предлагает общее использование оборудования и инфраструктуры, а также дополнительные возможности, такие как организация мастер-классов, тренингов, выставок и других мероприятий, способствующих профессиональному росту и развитию.

Ключевые подходы к определению бьюти-коворкинга отечественных авторов представлены в таблице.

Определения понятия «бьюти-коворкинг»

Автор	Определение
Евлоева С.А. [3]	Бьюти-коворкинг – это площадка, которая объединяет специалистов разных направлений в сфере красоты. Это новый тренд, который позволяет мастерам и клиентам общаться напрямую. В бьюти-коворкинге любой специалист может арендовать зону для работы и обслуживания клиентов.
Филиппова Е.И. [4]	Бьюти-коворкинги – универсальные пространства для представителей бьюти-сферы – парикмахеров, косметологов, массажистов и мастеров других направлений.
Шварц В.Е. [5]	Бьюти-коворкинг – это оборудованное пространство или несколько помещений для работы мастеров красоты – парикмахеров, стилистов, визажистов, мастеров маникюра, бровистов, массажистов. При этом каждое рабочее место соответствует нормам и правилам, предъявляемым к профилю работы конкретного мастера. То есть для мастеров маникюра места оборудованы специально для них.

На основании данных умозаключений бьюти-коворкинг стоит рассматривать как создание совместного пространства, где специалисты могут расти профессионально и взаимодействовать друг с другом, делая сферу красоты более разнообразной и динамичной.

Преимущества и недостатки бьюти-коворкингов

Бьюти-коворкинг, как относительно новое явление в сфере красоты и заботы о себе, предоставляет ряд неоспоримых преимуществ. Во-первых, это обеспечивает профессиональным мастерам красоты удобное и современное рабочее пространство, где они могут предоставлять услуги своим клиентам без необходимости аренды полноценного салона. Это снижает издержки и повышает доступность услуг для клиентов. Во-вторых, бьюти-коворкинг способствует обмену опытом и идеями между специалистами, что может стимулировать профессиональное развитие и повышение качества предоставляемых услуг.

Во время запуска британского бьюти-коворкинга «Hunter Collective» основательница Лэйси Хантер-Фелтон была беременна. Она ощутила, как трудно найти баланс между работой и личной жизнью, и решила сделать бизнес, который поддержит женщин. Результат: коворкинг, который позволяет мастерам самостоятельно распоряжаться рабочим временем и составить максимально гибкий график. [6] Такой формат работы достаточно феминистичный и позволяет матерям-одиночкам, беременным женщинам и женщинам в трудной жизненной ситуации заработать достойные деньги с гибким графиком работы.

Также бьюти-коворкинг позволяет начинающим мастерам найти себе клиентов и начать работать на свое дальнейшее портфолио. Молодые профессионалы получают возможность начать строить карьеру в здоровой конкурентной среде и зарабатывать деньги на любимом деле.

Однако существуют и некоторые недостатки этой модели. Во-первых, возможны проблемы с конфиденциальностью и безопасностью данных клиентов, поскольку различные мастера делят общее пространство. Необходимы строгие меры безопасности для предотвращения утечек личной информации. Во-вторых, бьюти-коворкинг может ограничивать индивидуальность и брендинг мастера, поскольку клиенты могут воспринимать услуги, предоставляемые в общем пространстве, как стандартизированные.

В целом, несмотря на некоторые ограничения, бьюти-коворкинг предоставляет значительные преимущества для профессионалов в области красоты, способствуя их росту и развитию в современной индустрии.

Рекламная концепция для бьюти-коворкинга

Разработка эффективной рекламной концепции для бьюти-коворкинга требует тщательного анализа особенностей данного сегмента рынка и учета специфики потребительского поведения в индустрии красоты. Первоначальным шагом в этом процессе является определение уникальных продуктовых и сервисных предложений бьюти-коворкинга, которые делают его привлекательным для целевой аудитории. Разработка яркого и запоминающегося визуального стиля, который отражает ценности и стиль бренда, становится ключевым элементом, способствующим узнаваемости и привлечению внимания потенциальных клиентов.

Все рекламные сообщения, создаваемые в рамках рекламной кампании, должны передавать аудитории одну идею. Поэтому сначала необходимо разработать общую основу, на которой они

будут базироваться. Этой основой является творческая концепция. Концепция (лат. мысль, представление) – это система взглядов, единый определяющий замысел, основная мысль. Используется в теории и практике рекламы также термин «рекламная идея». Идея (греч. понятие, представление) – это замысел, основная мысль, определяющее понятие. С древнегреческого на латинский слово «идея» переводилось как «концепция» [7].

Следующим этапом является выбор подходящих каналов распространения рекламы. Учитывая особенности бьюти-индустрии, сетевые платформы, визуальные социальные сети и онлайн-реклама могут быть эффективными инструментами для достижения целевой аудитории. Также необходимо уделить внимание формированию сильного онлайн-сообщества вокруг бренда бьюти-коворкинга, что может способствовать взаимодействию мастеров красоты и их клиентов.

Однако разрабатывая рекламную концепцию, необходимо учесть динамичность индустрии и быстрое появление новых тенденций. Регулярное обновление рекламных стратегий и адаптация под изменяющиеся запросы рынка помогут бьюти-коворкингу оставаться конкурентоспособным и привлекательным для своей аудитории.

Выводы по исследованию

В заключение нашего исследования, можно утверждать, что разработка рекламной концепции для бьюти-коворкинга представляет собой важный и актуальный этап в развитии данной индустрии. На протяжении исследования мы углубленно изучили особенности бьюти-коворкинга, его преимущества и недостатки, а также основные факторы, влияющие на эффективность рекламных кампаний в данном сегменте рынка.

Цель нашего исследования – изучение и обоснование актуальности бьюти-коворкинга и разработка рекламной концепции – была успешно достигнута. Мы выявили, что бьюти-коворкинг предоставляет уникальные возможности для профессионалов красоты и клиентов, создавая удобное и современное рабочее пространство, способствующее обмену опытом и повышению качества предоставляемых услуг.

Разработанная нами рекламная концепция уделяет внимание не только продвижению конкретного бьюти-коворкинга, но и формированию единого стиля и образа для всей индустрии. Использование современных маркетинговых инструментов, акцент на визуальном стиле и создание сильного онлайн-сообщества могут значительно увеличить привлекательность бренда и привести к увеличению клиентской базы.

Таким образом, наше исследование не только способствует лучшему пониманию бьюти-коворкинга и его рекламных аспектов, но и предоставляет основу для дальнейших исследований и развития в данной области.

1. Зачем нужны бьюти-коворкинги. – Текст: электронный / URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5357581> (дата обращения 11.01.2024).

2. Cushman & Wakefield Коворкинги: Секрет успеха. Маркетинговое исследование. 2018. – URL: <https://www.forbes.ru/biznes/364383-ofis-mechty-pochemu-moskva-perezhivaet-bum-kovorkingov> (дата обращения 12.01.2024).

3. Бьюти коворкинг: что это такое простыми словами. – Текст: электронный / URL: <https://darwinaward.ru/articles/byuti-kovorking-chto-eto-takoe-prostymi-slovami.html> (дата обращения 16.01.2024).

4. Бьюти-коворкинг – угроза или стимул для развития бьюти-бизнеса. – Текст: электронный / URL: <https://healthglobal.ru/all-articles/byuti-kovorking-ugroza-ili-stimul-dlya-razvitiya-byuti-biznesa/> (дата обращения 16.01.2024).

5. Самое важное про коворкинг для мастеров красоты. – Текст: электронный / URL: <https://nails-mag.ru/biznes/kovorking/#Что-такое-бьюти-коворкинг> (дата обращения 16.01.2024).

6. Бьюти-коворкинг: 6 новых форматов. – Текст: электронный / URL: <https://www.authentica.ru/journal/byuti-kovorking-6-novyh-formatov> (дата обращения 17.01.2024).

7. Разработка концепции дизайна рекламного проекта. – Текст: электронный / URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razrabotka-kontseptsii-dizayna-reklamnogo-proekta> (дата обращения 17.01.2024).

ГОЛОС В ТУРИСТСКОЙ РЕКЛАМЕ: ВЛИЯНИЕ НА ВОСПРИЯТИЕ

Е.А. Халяпина, бакалавр

Дальневосточный государственный университет путей сообщения
Хабаровск. Россия

Аннотация. Исследование посвящено использованию голоса в рекламе туристских видеороликов. В ходе работы был проанализирован эффект голосового сообщения на восприятие аудиторией информации о туристских направлениях и услугах. Были выявлены особенности использования голоса различных типов в рекламе, а также факторы, которые могут оказывать влияние на привлечение внимания и убеждение потенциальных клиентов.

Ключевые слова: тембр голоса, реклама, услуга, восприятие, потребитель.

THE VOICE IN TOURISM ADVERTISING: THE IMPACT ON PERCEPTION

Abstract. The study is devoted to the use of voice in advertising tourist videos. In the course of the work, the effect of a voice message on the audience's perception of information about tourist destinations and services was analyzed. The features of using different types of voices in advertising were identified, as well as factors that can have an impact on attracting attention and convincing potential customers.

Keywords: timbre of voice, advertising, service, perception, consumer.

Актуальность темы заключается в возможностях, которые дает голос, применяемый в рекламе. Он может быть разнообразным и уникальным, настолько же, сколько и сам контент, который он представляет. Голос рекламы – это не только набор слов, звуков и тонов, но и эмоциональная составляющая, способная заинтересовать, произвести впечатление и вызвать реакцию у целевой аудитории. Низкий, медленный голос может создавать ощущение спокойствия и уверенности, в то время как высокий, быстрый голос может вызывать чувство волнения и напряжения. Эмоциональная окраска голоса может быть ключевым фактором в формировании настроения во время общения. Например, в рекламе успеха и довольства, голос может быть ярким, радостным и уверенным, в то время как в рекламе безопасности и надежности, он может быть умиротворенным и спокойным [3].

Для каждой формы рекламы голос должен быть подобран оптимально, чтобы правильно донести основное послание и убедить зрителя, слушателя или читателя. Каждый голос в рекламе – это своего рода руководство, которое направляет нас и помогает раскрыть потенциал продукта или услуги. Разнообразие и уникальность голоса в рекламе позволяют нам увидеть и услышать все богатство предлагаемых продуктов и услуг, и сделать наше окружение ярче и интереснее. Безусловно, ключ к успеху лежит в тщательной подготовке и профессиональном озвучивании.

Другим важным аспектом использования голоса в рекламе являются ассоциации, которые он вызывает у слушателей. Какие эмоции, представления и памятные моменты голос в рекламе может пробудить у аудитории? Как использование определенного голоса может помочь построить и укрепить имидж бренда или продукта? Конечно, выбор голоса в рекламе – это лишь начало процесса. Важным шагом является создание уникального музыкального фона и звукового дизайна, которые дополняют роль голоса и помогут создать эффективную аудио-брендированную идентичность.

Тембр голоса определяется особенностями голосовых связок, резонаторов и артикуляционного аппарата, и является индивидуальным звуковым отпечатком. Для того чтобы передать настроение и эмоции, в рекламе используются разные тембры голоса:

Низкий голос подходит для рекламы премиум-класса, автомобилей, ювелирных изделий и других дорогих продуктов. Он ассоциируется с высоким качеством и роскошью.

Средний тембр голоса является универсальным и может использоваться в большинстве рекламных объявлений. Он вызывает доверие и приятные ощущения.

Высокий голос подходит для рекламы, предназначенной для молодежи, например, мобильных приложений, игр и одежды. Он создает ощущение легкости, свободы и энергии.

Старческий голос может использоваться в рекламе продуктов и услуг, предназначенных для пожилых людей. Он вызывает доверие и создает ощущение комфорта.

Детский голос воспринимается естественно в рекламе товаров и услуг, предназначенных для детей, например, игрушки. Он создает ощущение безопасности и умиротворения [1].

А как насчёт туризма? Выбор голоса часто определяется спецификой бизнеса, об этом было сказано ранее. Туризм специфичная сфера, поэтому мы попытались выяснить, какой голос должен использоваться при озвучивании роликов туристской направленности. Однозначного ответа, конечно, нет, поскольку сам турпродукт очень разнообразен.

Цель исследования: выявить факторы, способствующие усилению влияния голоса в рекламе на восприятие продукта.

Гипотеза: правильно подобранный голос в рекламном ролике способствует улучшению восприятия продукта.

Для достижения цели было проведено исследование с помощью методов: контент-анализ и фокус-группа.

Первый этап – контент-анализ туристских роликов регионов России по критериям. Все ролики участвуют в конкурсе «Лучший видеоролик регионов России» [2].

Сначала нами были отобраны ролики с закадровым голосом, их оказалось ровно половина, 19 из 38. Далее выбранные 19 роликов были сгруппированы по категориям (выбор категорий основывался на сюжете из видео): регионы с историко-культурным наследием; регионы-курорты; регионы, обладающие природными ресурсами; регионы, не обладающими ярко выраженным туристским потенциалом

Затем из всего перечня регионов были выбраны (из каждой категории) те, которые набрали наибольшее количество голосов (см. таблица).

Таблица

Категории видеороликов регионов России

Категория	Регион	Количество голосов
Историко-культурное наследие	Бурятия	32
	Владимирская обл.	13
	Волгоградская обл.	25
	Новгородская обл.	529
	Псковская обл.	4
	Московская обл.	8
Курорты	Краснодарский край	415
	Крым	30
Природные ресурсы	Дагестан	57
	Кабардино-Балкария	21
	Камчатка	77
	Северная Осетия	39
	Тыва	28
	Хабаровский край	2076
	Иркутская обл.	68
	Забайкальский край	33
Не обладают ярко выраженным туристским потенциалом	Кемеровская обл.	23
	Томская обл.	57
	Ставрополь	94

Из всего перечня регионов были выбраны (из каждой категории) те, которые набрали наибольшее количество голосов.

Второй этап исследования – проведение фокус-группы. Метод фокус-группы был выбран не случайно. Это качественный метод исследования, позволяющий услышать и понять неожиданные инсайты и предпочтения потребителя.

Для проведения фокус-группы были выбраны студенты 1 курса инженерной специальности. Мы осознанно не стали привлекать студентов туристского профиля, обладающих определенными знаниями в области продвижения и туризма, поскольку основная аудитория туристских роликов специальными знаниями не обладает. Выбор молодежи в качестве участников связан с тем, что именно эта категория людей в ближайшем будущем формировать основной сегмент путешествующих. Все обсуждения были зафиксированы на диктофон и камеру, поскольку также были важны первичные невербальные реакции при прослушивании.

Одни ролики продвигают природные особенности региона, другие историко-культурные. Нас интересовало, насколько это соотносится с тем, что скажут респонденты. Для этого был составлен список вопросов, конкретно по каждому видео:

1. Прослушайте аудио, хотелось бы вам «пойти» за этим голосом? Поехать туда путешествовать?
2. Какие эмоции у вас вызывает данный голос?
3. Какие ассоциации у вас вызывает этот голос?
4. Для какого типа региона подходит следующий голос?
5. Для какого типа региона подходит следующий голос?
6. О каком регионе России идёт речь? Что помогло вам понять это?
7. Что вы можете сказать о данном регионе России?
8. Смог ли автор передать атмосферу региона, которого он озвучивал?

В процессе фокус-группы участники прослушивали рекламные ролики, с закадровым голосом. Результаты фокус-группы были записаны, транскрибированы и проанализированы.

На основе результатов фокус-группы мы сделали следующие выводы:

1. Голос в рекламе оказывает значительное влияние на восприятие аудитории.
2. Тембр голоса, пол, интонация и эмоциональный окрас играют важную роль в создании позитивного впечатления о рекламируемом продукте или услуге.
3. Голосовая идентификация с известными личностями способствует повышению доверия и привлекательности рекламы.
4. Голос играет важную роль, но полагаться только на него нельзя.

Анализ данных показал, что голос в рекламе имеет значительное влияние на восприятие потребителей. Участники фокус-группы отметили, что низкие и глубокие голоса больше привлекают и удерживают внимание, создавая ощущение авторитетности и надежности рекламируемого продукта или услуги. Большинство участников фокус-группы отметили, что голос является важным фактором, определяющим общее впечатление от рекламы. Они также отметили, что голос вызывает у них определенные эмоции и ассоциации, которые влияют на привлекательность того или иного региона.

Один из ключевых аспектов, выявленных в результате анализа, – это соответствие голоса рекламе и ее целевой аудитории. Участники фокус-группы высказали мнение, что голос должен быть подобран таким образом, чтобы соответствовать ожиданиям и предпочтениям целевой аудитории. Например, для продуктов и услуг, предназначенных для молодежи, предпочтительным оказался молодой, энергичный голос, в то время как для продуктов, ориентированных на взрослых, предпочтение отдавалось более спокойному, авторитетному голосу. Кроме того, результаты анализа указывают на то, что голос в рекламе должен быть запоминающимся.

Участники отметили также, что использование голосов известных людей в рекламе оказывает сильное влияние на восприятие аудитории. Участники группы выразили предпочтение к рекламе, в которой звучат узнаваемые голоса, так как это создает доверие к продукту. Участники подчеркнули, что, если голос выделяется из общего потока информации и вызывает у них положительные эмоции, они склонны запомнить рекламу и рассмотреть возможность покупки продукта в дальнейшем.

Анализ результатов фокус-группы показал, что голос в рекламе имеет значительное влияние на восприятие потребителей. Для успешной рекламной кампании критически важно подобрать голос, соответствующий целевой аудитории и вызывающий эмоциональную реакцию. Кроме того, голос должен быть запоминающимся, чтобы повысить шансы на запоминание рекламы и принятие решения о приобретении продукта или услуги. Эти результаты могут быть использованы маркетологами для оптимизации рекламы и усиления воздействия на целевую аудиторию.

На основе проведенного исследования мы выявили ключевые факторы, учет которых может помочь в создании максимально привлекательного и понятного контента для потенциальных клиентов. Первое, что следует учесть, это голос озвучивания. Он должен быть приятным, четким и легким для восприятия. Рекомендуется выбирать голос, который соответствует настроению

и характеру ролика. Для роликов о пляжном отдыхе и экзотических курортах можно выбирать мягкий и весёлый женский голос, в то время как для роликов, демонстрирующих природные ресурсы, приключения, экстремальные путешествия, лучше использовать более энергичный и динамичный голос.

Также следует учитывать направленность региона, о котором снимается ролик. Закадровый голос должен передавать дух и атмосферу данного места. Если ролик рассказывает о культуре и истории конкретного региона, то голос должен быть подобран таким образом, чтобы создать ощущение, будто рассказчик сам находится в этом месте. Это поможет зрителю лучше погрузиться в атмосферу и почувствовать себя частью путешествия.

Дополнительно, возраст потребителей является важным критерием. Если турпродукт ориентирован на молодежь и активных путешественников, рекомендуется использовать молодой и энергичный голос озвучивания. Для семейного отдыха, где целевая аудитория состоит из родителей и детей, следует выбирать голос, который будет удобочитаем и интересен как взрослым, так и детям. Гибкость в подборе голоса озвучивания в соответствии с возрастом потребителей поддерживает интерес и увлечение аудитории.

Не менее важно учитывать специфику самого турпродукта. Разнообразие туристских курортов и услуг требует гибкости и тонкого подхода к выбору голоса озвучивания. Например, ролик, рассказывающий о спа-процедурах и релаксации, может быть озвучен спокойным и медитативным голосом, который передаст ощущение умиротворенности и комфорта.

Учет выявленных факторов поможет компаниям, занимающимся созданием туристских роликов, формировать наиболее эффективный и привлекательный контент. И таким образом привлекать внимание потенциальных клиентов и увеличивать интерес к предлагаемым направлениям.

1. Как выбрать голос для рекламы: тембр, возраст и другие факторы. – Текст: электронный.– URL: <https://radiatorliki.ru/dictors/voice/>

2. Конкурс видеороликов регионов России 2024 на выставке МИТТ. – Текст: электронный.– URL: <https://mitt.ru/ru/business-programme/video-regionov-rossii-2024/>

3. Психология голоса: как звук влияет на восприятие информации. – Текст: электронный.– URL: <https://diktarov.net/zvuk/item/psihologiya-golosa-kak-zvuk-vliyaet-na-voSPIriatie-informacii/>

УДК 658.5

СОВРЕМЕННОЕ РАЗВИТИЕ ПРИМОРСКОГО КРАЯ КАК ТРАНЗИТНОГО ЛОГИСТИЧЕСКОГО РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ ВНЕШНИХ САНКЦИЙ

Р.Д. Че, К.Ю. Зускин, бакалавры

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. Актуальность исследования роли и значения курьерской доставки в России обусловлено тем, что данный рынок стремительно развивается год за годом. В последние периоды эта тенденция была задана коронавирусной инфекцией, введенными законами за взятый период, а также рост данного рынка задает развитие информационных технологий во всем мире. В работе представлен анализ потребительских предпочтений в сфере услуг доставки товаров.

Ключевые слова: доставка, услуга, факторы, опрос, потребители, важность, товар, полые исследования.

STUDY OF THE IMPORTANCE OF DELIVERY OF GOODS AT THE PRESENT STAGE OF DEVELOPMENT OF SOCIETY

Abstract. The relevance of studying the role and importance of courier delivery in Russia is due to the fact that this market is rapidly developing year after year. In recent periods, this trend was set by the coronavirus infection, laws introduced during the period taken, and the growth of this market sets the

development of information technology throughout the world. The paper presents an analysis of consumer preferences in the field of goods delivery services..

Keywords: delivery, service, factors, survey, consumers, importance, product, field research.

Курьерская доставка сегодня играет ключевую роль в сфере торговли и бизнеса, предлагая клиентам удобство, скорость и безопасность при передаче товаров и документов [2]. Благодаря возможности отслеживания грузов, гибкому графику доставки и персонализированным услугам, курьерская доставка становится эффективным инструментом улучшения обслуживания клиентов и оптимизации бизнес-процессов [1].

Курьерская доставка имеет как плюсы, так и минусы. Среди преимуществ можно выделить быструю доставку до двери, удобство для клиентов, возможность отслеживания груза и персонализированные услуги. Однако, минусами могут быть дополнительные расходы на доставку, возможные задержки из-за трафика или погодных условий, а также ограничения по габаритам и весу грузов [3].

Для выявления степени популярности сферы услуг курьерской доставки был проведен онлайн-опрос среди студенческой аудитории с помощью Google Формы. Предпочтение по виду доставки товаров представлено на рис. 1.

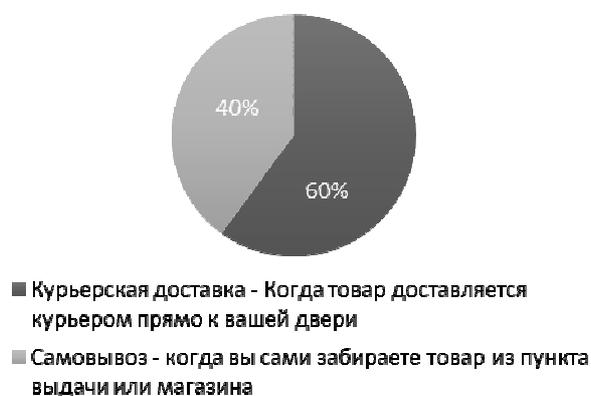


Рис. 1. Предпочитаемый вид доставки товаров респондентами, в %

По мнению опрошенных лиц, самовывоз является предпочтительным видом доставки для 60% респондентов, в то время как 40% предпочитают курьерскую доставку. Этот результат указывает на то, что достаточное количество потребителей отдаёт предпочтение возможности самостоятельно забрать свой заказ, что может быть обусловлено удобством, экономией времени и избежание дополнительных расходов на доставку.

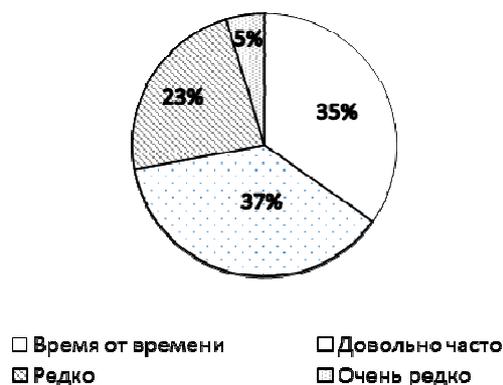


Рис. 2. Распределение респондентов по частоте использования курьерских служб доставки, в %

Анализ показал, что 34,9% опрошенных заказывают товары время от времени, 37,2% делают заказы довольно часто, в то время как 23,3% предпочитают заказывать редко, и лишь 4,7% используют курьерские услуги очень редко. Эти данные свидетельствуют о широком спектре потребностей клиентов и разнообразии частоты использования курьерской доставки в современном мире.

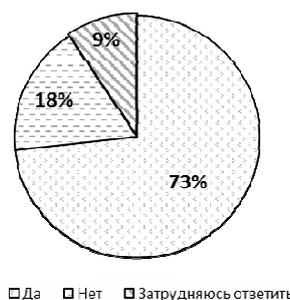


Рис. 3. Распределение респондентов по важности системы отказа или возврата товара через службу доставки при выборе интернет-магазина, в %

Для большей части опрошенных система отказа или возврата товара через службу доставки играет важную роль при выборе магазина, обеспечивая потребителям уверенность в возможности возврата некачественного или неподходящего товара. Этот сервис повышает уровень доверия клиентов к магазину, снижает риск недовольства и способствует улучшению общего опыта покупок онлайн.

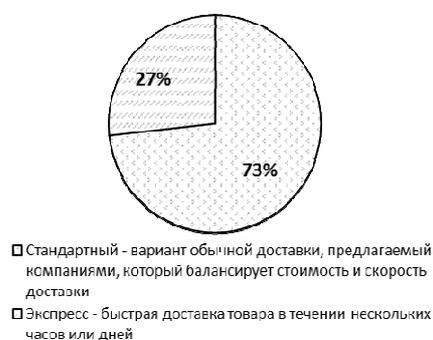


Рис. 4. Распределение респондентов о предпочтительном способе доставки, в %

В результате проведенного опроса было выявлено, что самый популярный вариант доставки – это стандартный вариант. Это указывает на то, что большинство людей считают стандартный вариант доставки достаточно удобным и выгодным для своих потребностей. 26,7% опрошенных предпочитают экспресс доставку. Этот вариант, как известно, предлагает быструю и часто более дорогую доставку по сравнению с стандартным вариантом. Однако, несмотря на дополнительную стоимость, 26,7% респондентов считают экспресс доставку более выгодной и удобной, когда требуется получение товара или услуги в кратчайшие сроки.

Распределение респондентов по видам факторов, влияющих на выбор организации по доставке товаров представлены на рис. 5.

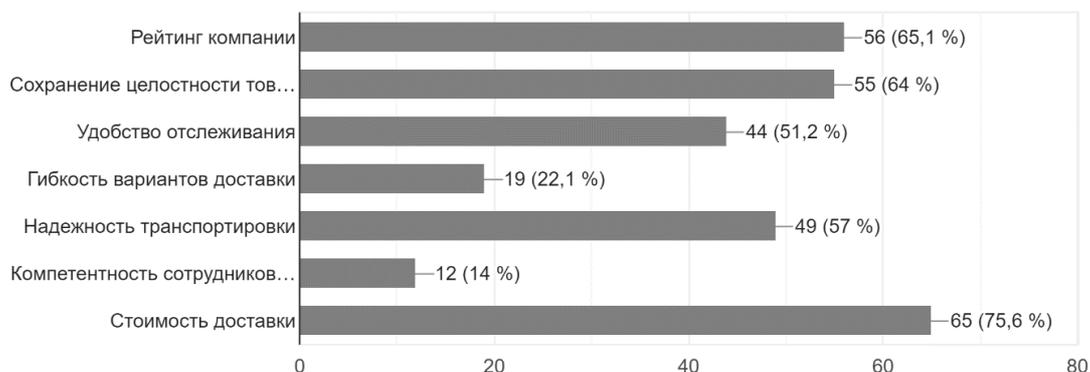


Рис. 5. Распределение респондентов по видам факторов, влияющих на выбор организации по доставке товаров в %

65 респондентов отдадут предпочтение компаниям с доступной стоимостью доставки, что свидетельствует о значительном влиянии ценообразования на их решение. Также надежность транспортировки и сохранение целостности товаров играют важную роль. 56 респондентов отметили, что рейтинг компании также имеет значение, указывая на важность имиджа и лояльности потребителей.

В результате проделанной работы можно сделать вывод о том, что доставка имеет большое значение в жизни общества. Тому свидетельствуют результаты опроса, согласно которому большая часть опрошенных заказывают товары курьерской службой довольно часто, что свидетельствует о высокой популярности курьерских услуг. Важными показателями качества при выборе организации по доставке товаров для респондентов оказались сохранение целостности товаров, удобство отслеживания товара, надежность транспортировки и стоимость доставки.

1. Плещенко, В. И. Пандемия коронавируса как катализатор развития рынка курьерской доставки // Логистика сегодня. – 2021. – № 3. – С. 194–199. – EDN JJHMFR.

2. Райхельд Ф., Марки Р. Искренняя лояльность. Ключ к завоеванию клиентов на всю жизнь. – Москва: Манн, Иванов, Фербер, 2013. – 338 с.

3. Винокурова В.О. Доставка товаров, как блок логистической экосистемы России // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2016. – № 30. – С. 104-108.

УДК 65.011.56

ОПТИМИЗАЦИЯ РАСЧЁТА СТОИМОСТИ ДОСТАВКИ СБОРНЫХ ГРУЗОВ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ТАБЛИЧНОГО ПРОЦЕССОРА

О.О. Чеканова, бакалавр

А.Р. Блюдик, аспирант, ассистент кафедры маркетинга и логистики

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. В статье рассмотрены определения понятия «оптимизация», проанализирована текущая ситуация на предприятии, анализ возможных путей оптимизации процесса расчёта доставки сборных грузов на предприятии ООО «ФИТ». Разработана модель калькулятора в табличном процессоре MS Excel и проведена оценка экономии времени внутри предприятия за счёт внедрения модели в работу.

Ключевые слова: оптимизация, калькулятор, табличный процессор, стоимость доставки, доставка сборных грузов.

OPTIMIZATION OF CALCULATION OF THE COST OF DELIVERY OF GROUPAGE CARGO USING A SPREADSHEET PROCESSOR

Abstract. The article discusses the definitions of the concept of “optimization”, analyzes the current situation at the enterprise, and analyzes possible ways to optimize the process of calculating the delivery of groupage cargo at the FIT LLC enterprise. A calculator model was developed in the MS Excel spreadsheet processor and an assessment was made of time savings within the enterprise due to the implementation of the model in work.

Keywords: optimization, calculator, spreadsheet processor, delivery costs, delivery of groupage cargo.

Актуальность исследования заключается в том, что проблемы оптимизации в логистике сегодня существуют повсеместно, но не решаются эффективно ввиду отсутствия финансовых ресурсов, качественных цифровых инструментов, инициативы и компетенций. Они могут оказывать значительное влияние на работу как отдела или департамента, так и на всю компанию. Не оптимизированный процесс может негативно влиять на затраты времени работника на обработку заявок, на продуктивность работника и работы всего отдела в целом. В связи с этим, изучение способов оптимизации расчётного процесса является актуальным и важным направлением исследований для упомянутой организации.

Цель исследования – разработка инструмента оптимизации расчётов стоимости для отдела сборных грузов. Для достижения поставленной цели были поставлены следующие задачи:

- провести анализ понятия «оптимизация»;
- изучить текущий способ расчёта стоимости доставки сборных грузов в отделе сборных перевозок ООО «ФИТ»;
- проанализировать возможность оптимизации расчёта;
- построить модель калькулятора в табличном процессоре MS Excel;
- провести тестирование адекватности работы модели;
- провести адаптацию модели на производстве;
- оценить эффект модели, оказываемый на показатель временных затрат сотрудников на расчёт стоимости доставки текущим способом.

Объектом исследования является процесс расчёта стоимости, а предметом исследования является оптимизация расчёта стоимости.

Научная новизна исследования состоит в разработке инструмента оптимизации процесса расчёта стоимости доставки сборного груза с помощью табличного процессора с учётом всех нюансов методики расчета в ручном формате.

Практическая значимость работы состоит в возможности применения разработанной модели калькулятора для расчёта в реальной бизнес-среде, что поможет компании ООО «ФИТ» улучшить процесс обработки заявки и уменьшить затрачиваемое время на её обработку.

Время, потраченное на ручной процесс расчёта стоимости, может увеличить время работы всего отдела из-за неспособности обработки всего количество заявок в предполагаемое время работы. Однако, правильно оптимизированный с помощью модели процесс расчёта может сократить временные затраты, которые могут быть перенаправлены на другие обязанности сотрудника. В текущих условиях расчёты проводятся в ручном режиме, то есть на калькуляторе с перечнем тарифных ставок в распечатанном или электронном формате в виде некоего «справочника». Это может привести к осложнению рабочей коммуникации из-за разного прогресса отработки задач и усугубление взаимоотношений с клиентами за счёт затяжного процесса обработки задач, что может привести к снижению лояльности клиентов и в целом к репутационным потерям отдела и всего предприятия. Это дополнительно способствует улучшению и упрощению процесса. Расчёт розничных цен в любом торговом предприятии является основным, так как именно от корректной цены услуги будет зависеть спрос потребителя [1].

Проведен анализ понятия «оптимизация» в трудах отечественных учёных для целостного понимания. Результаты анализа понятия «оптимизация» в таблице.

Таблица

Определения понятия «оптимизация»

Автор	Определение
Абляимов О.С., [2020]	Получить заданный объём продукции с наименьшими затратами, или получить наибольший объём продукции при данных конкретных условиях и затратах [2]
Гвоздева А.А., [2007]	Процесс выбора наилучшего варианта из двух или не скольких возможных (при заданном параметре оптимизации) [3]
Ущеров-Маршак А.В., [2009]	Поиск и реализация условий, обеспечивающих максимальное или минимальное значение параметров оптимизируемого объекта, например какого-либо процесса [4]

Таким образом, объединив общие черты всех определений и различающихся моментов, было уточнено общее понятие оптимизация – это действие, направленное на поиск и реализацию наилучшего варианта из возможных для получения максимального или минимального значения, которое требуется для достижения поставленных целей.

Следующий этап работы – анализ текущей ситуации внутри анализируемого отдела. На данный момент в отделе заняты 3 сотрудника, занимающихся сборными грузами. В их функциональные обязанности входит коммуникация с клиентами по поводу их груза, расчёт стоимости доставки, выставление счета и организация процесса транспортировки. На расчёт одной заявки у одного менеджера в зависимости от сложности перевозки уходит от 20 минут до одного часа. Время указано без учёта ожидания ответа от других подразделений по деталям перевозки. В усреднённом понимании будет принято 40 минут за среднее время расчёта заявки по времени. В день при-

ходит до 20 заявок на одного менеджера, то есть в совокупности приходит 60 заявок в день. При расчете данного получается, что на только расчет всех заявок должно быть потрачено 800 минут, что в часах занимает 13,33 часа. Рабочий день у составляет 8 часов из чего следует, что все заявки не могут быть обработаны в 1 день, а на следующий день придёт следующий поток заявок на транспортировки груза. Расчёт с учётом габаритов груза, объёма, веса, что является важными факторами в понимании габаритности и негабаритности груза. Особенностью расчёта являются разные тарифы на имеющиеся направления транспортировки груза, что должно учитываться при расчёте. Расчёт самой доставки и разных её этапов происходит по двум основным показателям: вес и объём.

Таким образом, мы видим, что 5,33 часа времени, затраченного на расчёт заявок, не входит в рабочее время менеджера, из чего следует, что это время автоматически переходит на следующий день и сдвигает оформление новых заявок на время недоделанных заявок. Что в дальнейшем приводит к сдвигу всего рабочего процесса, наличие не обработанных заявок, потерю потенциальных клиентов и наличие репутационных потерь. В условиях увеличения товарооборота и ограничения внутренних ресурсов необходимо решить задачу оптимизации движения [5].

Переходя к анализу возможных оптимизаций, стоит отметить, что у компании ООО «ФИТ» на их официальном сайте есть калькулятор для расчёта сборных грузов, но данная модель предоставляет не корректные стоимостные данные для клиентов, т.е. как информационная модель она вполне рабочая, но она не предоставляет полный расчёт стоимости. Данный калькулятор предоставляет не корректные тарифные ставки на перевозку груза. Как вариант оптимизации можно предложить разработку собственной программы, которая бы производила расчёт с учётом нюансов всех процессов и расчётных переменных, но создание программы только для расчёта стоимости экономически не выгодно и нецелесообразно. Для комплексной работы можно рассмотреть создание программы, которая бы в 3D проектировала контейнер и разложенный внутри груз в оптимальной погрузке с учетом габаритности, паллетированности и штабелируемости груза, но это может быть реализовано через саму компанию и её внутренние активны. При коммуникации с руководителем, которая занимается непосредственно расчётами, было предложено создать калькулятор в табличном процессоре MS Excel, что получило одобрение и было запущено в разработку. Расчёты можно производить на цифровых инструментах, тем самым сделав акцент на составление математической модели и анализе результатов [6].

При разработке были применены большинство особенностей расчёта перевозки сборных грузов. На начальном этапе разработки калькулятора был изучен процесс расчёта стоимости в ручном режиме и переведён в табличный формат, что стало основой разрабатываемой модели, что отражено на рис. 1

Направление из Владивостока	Вес	Объем	Длина, мм	Ширина, мм	Высота, мм	Сумма параметров	Тип груза	Авто, кг	Авто, м³	Наибольшее	"До склада" по весу	"До склада" по объёму	Наибольшее	ЭР	Надбавка за негабарит	Терминалка
Магадан	-	-	-	-	-	-	Габарит	3 600	3 600	3 600	-	#Н/Д	#Н/Д	200	-	
Петропаловск-Камчатский	-	-	-	-	-	-	Габарит	9 000	9 000	9 000	-	#Н/Д	#Н/Д	200	-	
Южно-Сахалинск	2 854	2,89	1 800	1 046	1 720	4 566	Негабарит	8 000	7 000	8 000	34 248	3 700	34 248	200	41 098	
Владивосток/Хабаровск							Габарит	3 600	3 600	3 600				200	-	
Москва							Габарит					#Н/Д	#Н/Д	200	-	
Направление из Хабаровска																
Петропаловск-Камчатский	-	-	-	-	-	-	Габарит				-	#Н/Д	#Н/Д	200	0	
Магадан	-	-	-	-	-	-	Габарит				-	#Н/Д	#Н/Д	200	0	
Южно-Сахалинск (ч/з Владивосток)	-	-	-	-	-	-	Габарит				-	#Н/Д	#Н/Д	200	0	

Рис. 1. Первоначальный вид калькулятора

В калькуляторе был выстроен процесс, в котором при вводе габаритных показателей автоматически считался объем рассматриваемого груза. Далее отталкиваясь от габаритных показателей, калькулятор выдавал по введённым показателям, каким является груз габаритным или не габаритным. Компания в своих тарифах прописывает, что груз считается негабаритным если сумма сторон груза превышает 5м или одно грузовое место весит больше 250 кг. Промежуточный результат включал в себя расчет по устаревшему тарифу, процесс расчета, где все данные вводились вручную и массивную по размерам таблицу, что отображено на рис. 2.

Направление из Владивостока	Вес	Объем	Длина, мм	Ширина, мм	Высота, мм	Сумма параметров	Тип груза	Авто, кг	Авто, м³	Наибольшее	До склада по весу	До склада по объему	Наибольшее	ЗР	Надбавка за негабарит	Терминал, вес	Терминал, м²	До адреса	Обрешетка	Передвижения	Итого / 1 ед.	Количество мест	Итого	
Магадан	667	1,44	1 200	800	1 500	3 500	Габарит	9 600	7 600	9 600	11 006	5 500	11 006	200	-	734	720	1 872			13 811	3	41 434	
Петропавловск-Камчатский	400	0,768	2 400	1 600	200	4 200	Габарит	10 000	9 000	10 000	5 600	#Н/Д	#Н/Д	200	-		384		998					-
Южно-Сахалинск	2 750	1,43					Негабарит	8 000	5 600	8 000	33 000	3 700	33 000	200	39 600		715	13 125	1 859			53 640		-
Владивосток/Хабаровск							Габарит	3 600	3 600	3 600				200	-									-
Москва							Габарит					#Н/Д	#Н/Д	200	-									-
Направление из Хабаровска																								
Петропавловск-Камчатский							Габарит					#Н/Д	#Н/Д	200	0									-
Магадан							Габарит					#Н/Д	#Н/Д	200	0									-
Южно-Сахалинск (из Владивостока)							Габарит					#Н/Д	#Н/Д	200	0									-

Рис. 2. Промежуточный результат калькулятора

Окончательный вариант таблицы автоматически при вводе габаритов суммируется длина сторон в миллиметрах и рассчитывается объём, дальше по таблице рассчитывается через функцию ВПР по выбранному диапазону по объёму и весу доставка авто, транспортировка груза «порт-порт». Последовательно от объёма и массы рассчитывается подача контейнера (КТК), комплектация груза, вывоз и в зависимости от градации негабаритности прибавляется надбавка в виде процентов негабаритности. Последние несколько этапов расчета это терминальное обслуживание, обрешётка груза. В конце таблицы имеется 4 итога: итог без надбавок, итог для груза с надбавкой в 20%, итог для груза с надбавкой в 30% и итог с надбавкой в 50%. Данная градация надбавок была введена при изменении тарифной ставки в апреле 2024 года. Градация заключается в разделении по весовому показателю свыше 250 кг за 1 грузовое место, что отражено на рис. 3.

Направление из Владивостока	Вес	Объем	Длина, мм	Ширина, мм	Высота, мм	Сумма параметров	Тип груза	Наибольшее	Наибольшее	ЗР	Подача КТК	Комплектация груза	Вывоз	Мин. Стоимость	Надбавка за негабарит, 20%	Надбавка за негабарит, 30%	Надбавка за негабарит, 50%	Наибольшее	До адреса	Обрешетка	Итого / 1 ед. (Без надбавки)	Итого / 1 ед. (20%)	Итого / 1 ед. (30%)	Итого / 1 ед. (50%)	
Магадан	1 500	2,70	1 800	1 800	1 000	4 300	Негабарит	25 920	32 250	200	2 038	2 009	21 000	0	0	0	-	41 926		1 650	3 510	38 136	28 888	68 811	26 888
Петропавловск-Камчатский	1 000	1,78	900	1 610	1 090	3 600	Негабарит	17 700	28 800	200	2 171	2 133	27 000	0	0	0	-	37 440		1 700	2 308	35 920	33 705	71 209	33 705
Южно-Сахалинск	2 800	1,78	900	1 610	1 090	3 600	Негабарит	9 943	44 200	200	3 529	3 487	21 600	0	0	0	-	66 300		2 800	2 308	64 295	31 655	31 655	97 955
Владивосток/Хабаровск	800	1,78	900	1 610	1 090	3 600	Негабарит	8 382	-	200	814	800		0	0	0	-	-		888	2 308	2 702	2 702	2 702	2 702
Москва	800	1,78	900	1 610	1 090	3 600	Негабарит	-	18 000	200	814	800		18 000	-	-	-	-		888	2 308	17 702	20 702	2 702	2 702
Направление из Хабаровска																									
Петропавловск-Камчатский	800	1,78	900	1 610	1 090	3 600	Негабарит	11 700	200		814	800		14 040	-	-	-	-		888	2 308	14 402	18 742	2 702	2 702
Магадан	800	1,78	900	1 610	1 090	3 600	Негабарит	12 900	200		814	800		16 480	-	-	-	-		888	2 308	16 802	18 882	2 702	2 702
Южно-Сахалинск (из Владивостока)	800	1,78	900	1 610	1 090	3 600	Негабарит	9 900	200		814	800		11 880	-	-	-	-		888	2 308	12 602	14 582	2 702	2 702

Рис. 3. Заключительная вариация макета

Следующей задачей в процессе разработки калькулятора было тестирование адекватности модели на примере реальных заявок компании. При презентации калькулятора был получен хороший результат работы и сходства с ручными расчётами, при чём было выделено, что калькулятор точно рассчитывает негабаритности и с небольшим отклонением реализует расчёт. Был подкорректированы ряд формул в соответствии с требованиями менеджеров и особенностями, которые выявились на первой волне тестирования.

На данный момент модель калькулятора активно адаптируется под работу в бизнес среде и приносит достаточно хорошие результаты в расчётах. Модель намного быстрее осуществляет процесс расчёта и стала выдавать показатели с минимальной разницей от ручного способа расчёта. Изменений в самой модели практически не происходит, но при более частой работе с заявками происходят минимальные корректировки внутри формул для более точного расчёта или вводится учёт нюансов, которые стали известны только в процессе наработки опыта в процессе практики. На момент написания статьи модель уже около недели находится в работе у главного менеджера, что даёт возможность получения обратной связи от опытного сотрудника и возможность в процессе совместной работы понять недоработанные нюансы и качественно их скорректировать. Особенную актуальность облачные вычисления приобрели для крупных компаний, работающих в сфере интернет-услуг, ритейла, логистики и генерирующих большие объёмы деловой и прочей информации [7].

С момента ввода таблицы в деятельность одного менеджера его время обработки и оформление расчётной части заявки сократилось до 5 минут, что показывает уменьшение затрачиваемого времени в 8 раз по сравнению с изначально затрачиваемом времени, то есть на стоимостной расчёт 20 заявок будет уходить 100 минут или 1 час и 40 минут, что сокращает общее затрачиваемое время на 11,67 часа.

Таким образом, одной из важных задач коммерческой деятельности является рациональная организация процесса массового обслуживания [8]. Была разработана модель калькулятора, которая учитывает наибольшее количество нюансов в расчёте, что значительно снизило количество затрачиваемого времени на расчёт тарифной стоимости перевозки.

-
1. Фокина О.С. Технологии выполнения бизнес-процесса «автоматический расчёт цен продажи» в системе SAP S/4HANA // Научно-образовательный журнал для студентов и преподавателей «StudNet». – №6. – 2021. – С. 1675-1686. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologiya-vypolneniya-biznes-protsessa-avtomaticheskyy-raschet-tsen-prodazhi-v-sisteme-sap-s-4hana> (дата обращения 21.03.2024).
 2. Абляимов О.С. О классификации задач оптимизации процессов // Universum: технические науки. – 2020. – №8. – С. 20-22. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-klassifikatsii-zadach-optimizatsii-protsessov> (дата обращения 21.03.2024).
 3. Терминологический словарь по бетону и железобетону. ФГУП «НИЦ «Строительство» НИИЖБ им. А.А. Гвоздева. – Москва, 2007 г. 110 с.
 4. Ушеров-Маршак А. В. Бетонovedение: лексикон. – Москва: РИФ Стройматериалы. – 2009. – 112 с.
 5. Тлеугабылов К.Т. Методика определения критериев эффективности операций для целей оптимизации процессов производственных предприятий // Экономика строительства. – 2023. – №10. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodika-opredeleniya-kriteriev-effektivnosti-operatsiy-dlya-tseley-optimizatsii-protsessov-proizvodstvennyh-predpriyatiy> (дата обращения 21.03.2024).
 6. Говор С.А., Чибисова А.В. Применение цифровых технологий при решении оптимизационных задач // E-Scio. – 2021. – №10. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-tsifrovyyh-tehnologiy-pri-reshenii-optimizatsionnyh-zadach> (дата обращения 26.03.2024).
 7. Мейкшан В.И., Тесля Н.Б. Выбор оптимального размещения данных при использовании облачной инфраструктуры // Доклады АН ВШ РФ. – 2021. – №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vybor-optimalnogo-razmescheniya-dannyh-pri-ispolzovanii-oblachnoy-infrastruktury> (дата обращения 26.03.2024).
 8. Панченко Н.Б., Бёрдова Ю.С., Линг В.В. Использование информационных технологий для расчёта показателей эффективности задач систем массового обслуживания // Инновации и инвестиции. – 2023. – №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-informatsionnyh-tehnologiy-dlya-raschyota-pokazateley-effektivnosti-zadach-sistem-massovogo-obsluzhivaniya> (дата обращения 26.03.2024).

Секция. СЕРВИС НА ТРАНСПОРТЕ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ

УДК 656.7.039

РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ОБСЛУЖИВАНИЯ ПАССАЖИРОВ АО «ПРИМОРСКОЕ АГЕНТСТВО АВИАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ» ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ ЗАРУБЕЖНЫХ ПОЕЗДОК

Е.Н. Бутенко, бакалавр
Е.А. Розанова, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

***Аннотация.** Современный подход к процессу обслуживания в сфере услуг определяется динамикой изменения окружающей среды. Относительно монополистическое положение компании АО «Приморское агентство авиационных компаний» длительный период снизило активность предприятия на рынке, которое выражается в представленности в сети «Интернет». Результаты исследования позволили разработать рекомендации для предприятия при организации зарубежных поездок для совершенствования качества обслуживания.*

***Ключевые слова:** диверсификация внешних туристских потоков, информационная поддержка пассажиров, безопасность в туризме, обслуживание авиапассажиров, зарубежные поездки, реализация авиабилетов.*

DEVELOPMENT OF MEASURES TO IMPROVE SERVICE FOR FOREIGN TRIPS PASSENGERS OF JSC «PRIMORSKY AGENCY OF AVIATION COMPANIES»

***Abstract.** The modern approach to the service process in the service sector is determined by the dynamics of environmental change. The relatively monopolistic position of the company Primorsky Agency of Aviation Companies JSC for a long period reduced the activity of the enterprise in the market, which is expressed in its presence on the Internet. The results of the study made it possible to develop recommendations for the enterprise when organizing foreign trips to improve the quality of service.*

***Keywords:** diversification of external tourist flows, passenger information support, safety in tourism, servicing air passengers, foreign trips, selling air tickets.*

Актуальность исследования заключается в том, что современный рынок потребителей определяется индивидуальностью запросов при организации поездок за рубеж, что связано с политической и экономической ситуациями в стране. Организация эффективной системы коммуникации становится конкурентным преимуществом компании, осуществляющей услуги в сфере организации пассажирских перевозок, в том числе агентской деятельности АО «Приморское агентство авиационных компаний» (далее – АО «ПААК».)

Предмет исследования – обслуживание авиапассажиров при организации зарубежных поездок в АО «ПААК». Целью исследования является разработка мероприятий по совершенствованию обслуживания пассажиров АО «Приморское агентство авиационных компаний» при организации зарубежных поездок.

Для реализации цели исследования был выполнен анализ особенностей обслуживания авиапассажиров в АО «ПААК», выявлены проблемы, которые определили рекомендации по совершенствованию обслуживания пассажиров в исследуемой компании.

К особенностям обслуживания пассажиров в агентстве, реализующем авиабилеты, относится конкурентный рынок, который включает как прямых конкурентов, так и деятельность компаний, профильной деятельностью которых может быть организация и продажа туристского продукта, а также агрегаторы. Специфика обслуживания включает получение информации от потребителя

перед оформлением транспортного документа, анализ актуальных данных об условиях вылета в выбранное государство, соблюдение требований агентского соглашения с авиаперевозчиком. Важным аспектом является то, что распространение цифровых платформ, предлагающих комплексные услуги на одном сайте, помогают пассажирам получить дополнительную информацию. Кроме того, активное развитие сайтов авиаперевозчиков, на которых также развивается ассортимент дополнительных услуг, привлекает все больше пассажиров.

В исследовании были использованы следующие методы: анализ научной и учебной литературы показал актуальность изменения потребительского поведения на рынке услуг в сторону потребностей в индивидуализации оказываемых услуг, систематизация и обобщение данных, характеризующих развитие сферы услуг, в том числе в сфере продаж авиабилетов отразило их развитие на фоне усиления конкуренции среди четырех групп игроков: авиакассы, турфирмы, агрегаторы путешествий и непосредственно сайты авиаперевозчиков. Стимулом развития услуг послужила цифровая трансформация информационного экономического пространства. Анализ статистических данных показал нестабильность туристских потоков, на фоне которых повышается себестоимость оказываемых услуг АО «ПААК», снижение выручки. Проведенное исследование процесса обращения пассажира с помощью метода «тайный покупатель» показало, что в компании, отсутствуют стандарты обслуживания пассажиров при организации зарубежных поездок контроль качества сервиса. Проведенный опрос потребителей услуг компаний, осуществляющих продажу авиабилетов выявил спрос на формат онлайн-услуг, при том, что оффлайн-услуги сохраняют свою актуальность по причинам: привычек потребителей обращаться в «Билетур», привлекательность вывески на пути движения, рекомендаций, которые содержат ценности для потребителя. Было выявлено, что более 10% респондентов не знают о компании. Отсутствие инфоповодов в информационном пространстве – слабая сторона продвижения услуг исследуемого предприятия.

Проведенный анализ сайта показал недостатки, выраженные как в отсутствии актуальности предоставленной информации, низкой пользовательской оценки навигации, акцентирование внимания на рекламу, а не на услуги компании, а также орфографические и стилистические ошибки в тексте. PEST-анализ и SWOT-анализ показали актуальность выбора стратегии развития предприятия на усиление сильных сторон (сетевая деятельность, учебный центр в составе компании, устойчивость ценообразования, проверенные поставщики услуг) для противостояния внешним угрозам (конкуренция со стороны компаний-заменителей услуг, отсутствие стратегии вхождения в цифровую среду).

Современный рынок спроса на туристические поездки сформировался под воздействием факторов внешней среды: потребительского опыта постковидного периода, нестабильности политической ситуации, санкционных мер воздействия, падения курса национальной валюты. На международном рынке происходит смещение интереса туристов с европейское на восточное направление, что определяется ограничениями для въезда российских граждан [1]. Рынок туризма характеризуется как «ситуационный туризм», преобладание выбора по принципу «куда можно» [2] становится основным для туристов и организаций, работающих на рынке.

До 2022 г. сложилась тенденция стремления туриста избегать готовых маршрутов, демонстрации собственных символических капиталов, индивидуальности запросов и активного участия во всех практиках, сопровождающих саму поездку и ее составляющих. За три месяца 2024 г. на туристическом рынке выездного туризма сложилась следующая ситуация: выездной поток сформирован пятью основными направлениями (рис. 1), на которые приходится 75% туристского потока [3].

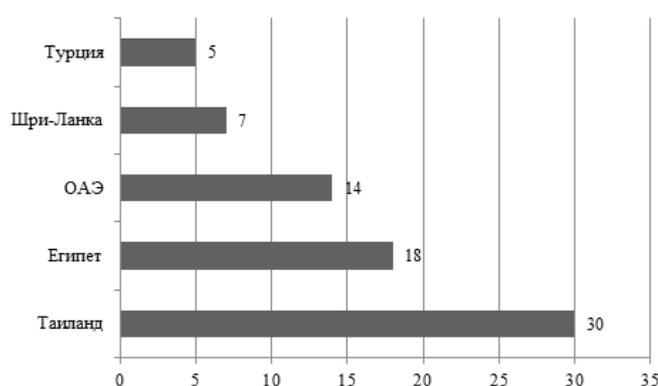


Рис. 1. Доли туристского потока в наиболее популярные страны, %, январь-февраль 2024 г.

В 2024 г. из России организованы прямые рейсы в 40 стран, что поддерживается безвизовым режимом или режимом упрощенной процедуры оформления виз [3].

Активное развитие туризма до 2020 г. сформировало образы туристов, которые увлекаются интересным отдыхом, все отпускное время проводят за границей, «коллекционируют» посещение стран [4]. Спрос на зарубежные поездки остается, при этом туристы самостоятельно или с помощью турфирм ищут возможности организации безопасных поездок.

АО «ПААК» является активным участником региональных программ развития внутреннего туризма в ДФО, поддержки продвижения продаж субсидированных программ, иных инициатив. Анализ финансовых результатов показал, что в 2023 г. по сравнению с 2022 г. наблюдается падение выручки на 6% (-219,8 млн руб.), чистой прибыли на 7% (-13,9 млн руб.), сокращение коммерческих расходов и рост себестоимости продаж. Таким образом, показатели деятельности предприятия за последний год определяют необходимость разработки мер.

Для совершенствования обслуживания пассажиров и решения выявленных проблем была проведена разработка мероприятий, которая направлена на создание продукта – комплексной услуги для пассажиров, выезжающих за рубеж. Мероприятия являются частью реализации стратегии развития предприятия.

Реализация мероприятий осуществляется с помощью применения методов:

- метод командного мозгового штурма для определения проблем;
- расстановка приоритетов при выполнении работ;
- работа над вовлечением сотрудников;
- создание и поддержание корпоративного имиджа;
- заявление о повышении качества продукции;
- контроль процессов на предприятии;
- сокращение затрат на хранение методом формирования запасов «Just-in-time» и непрерывного производства.

Результаты проведенного анализа оказания услуг АО «ПААК» пассажирам, которые выезжают за рубеж, определили комплекс рекомендаций мер по совершенствованию услуг:

- усовершенствовать сайт: техническая доработка, SEO-оптимизация, таргетирование содержания, настройка онлайн-продаж услуг компании;
- разработка стандартов и процедур для сотрудников контактной службы, в т.ч. агентов по продажам авиабилетов;
- продвижение услуг с помощью создания уникального предложения, развивая партнерские программы обеспечивающие комплексное обслуживание пассажиров разных категорий;
- разработка и реализация календаря инфоповодов, полезных целевому сегменту;
- разработка и реализация системы оценки и стимулирования персонала, которая будет содержать как количественные, так и качественные показатели работы персонала, инициативность работников;
- автоматизация рабочего места кассира в зале, в т.ч. оснащение сканером паспортов, для устранения ручного ввода паспортных данных;
- участие в рейтингах достижений конкурентов, на примере подключения к стандарту обмена данными между авиакомпаниями и агентами NDC (New Distribution Capability);
- вовлечение каждого сотрудника в развитие предприятия с помощью развития гибкой организационной структуры (ориентированной на оказание услуг), перехода от корпоративной культуры к клубной, развивающей креативный потенциал человеческих ресурсов предприятия.

Результаты исследования позволили разработать мероприятия и рекомендации для АО «Приморское агентство авиационных компаний» при организации зарубежных поездок для совершенствования качества обслуживания и повышения рейтинга предприятия.

1. Кабанова Е.Е. Влияние экономических санкций на развитие российского туризма // Экономическое развитие России. – 2023. – №2. – С. 51-59.

2. Современные технологии в российском туризме в условиях нестабильности мировой экономики / Р.Т. Базаров, С.М. Сюркова, О.П. Дорошина, М.М. Клементьев // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2022. – Т.16, №2. – С. 4-16.

3. Мокерова Ю.В., Рыбакова О.В. Глобальные тенденции и российские практики туристической активности в международном сегменте (на примере жителей г. Екатеринбурга) // Социодинамика. – 2019. – №2. – URL: https://nbpublish.com/e_pr/contents_2019_2.html (дата обращения: 20.03.2024).

4. Васильева М. Какие страны открыты для россиян в 2024 году? – URL: <https://lenta.ru/articles/2024/02/08/kakie-strany-otkryty-dlya-rossiyan-v-2024-godu/> (дата обращения: 20.03.2024).

5. Сердюкова Н.К., Сердюков С.Д. Современные стратегии развития бизнеса в индустрии туризма и гостеприимства // Вестник Академии знаний. – 2022. – №50 (3). – С. 291-298.

6. Николенко П.Г., Терехов А.М. Анализ состояния туристской отрасли в России и направления ее развития // Статистика и экономика. – 2022. – №4. – С. 57-70.

7. Воскресенская Е.В. Проблемы защиты прав потребителей в сфере оказания услуг перевозки воздушным транспортом // Colloquium-journal. – 2019. – №19 (43). – URL: <https://colloquium-journal.org/en/journal/solloquium-journal-19-43-2019/> (дата обращения: 20.03.2024).

8. Калмацкий М. Российские сервисы бронирования привлекают все больше клиентов // Российская газета. – 2023. – URL: <https://rg.ru/2023/10/04/rossijskie-servisy-bronirovaniia-privlekaiut-vse-bolshe-klientov.html> (дата обращения: 20.03.2024).

УДК 316.776.33:656.71

ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАТИВНЫХ ВЗАИМОДЕЙСТВИЙ В АО «ТЕРМИНАЛ ВЛАДИВОСТОК», г. АРТЕМ

Я.С. Ветрова, бакалавр
Л.А. Королева, канд. техн. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. В статье рассматриваются теоретические и практические аспекты коммуникативных взаимодействий между авиапассажирами и сотрудниками сервисной службы аэропорта. Проанализированы и оценены коммуникативные взаимодействия сервисных служб на примере АО «Терминал Владивосток» выбранными методами. Выявлены проблемы и сформулированы рекомендации по совершенствованию коммуникативных взаимодействий между авиапассажирами и сотрудниками сервисной службы АО «Терминал Владивосток», г. Артем.

Ключевые слова: авиапассажиры, аэропорт, коммуникации, коммуникативные взаимодействия, сервисное обслуживание.

FEATURES OF COMMUNICATIVE INTERACTIONS OF JSC «TERMINAL VLADIVOSTOK», ARTEM CITY

Abstract. The article examines the theoretical and practical aspects of communicative interaction between air passengers and airport service workers. Analyzed and assessed the communicative interactions of service services on the example of JSC «Terminal Vladivostok» selected methods. Problems are revealed and recommendations on improvement of communicative interactions between air passengers and employees of the service department of JSC «Terminal Vladivostok», Artem city are formulated.

Keywords: air passengers, airport, communications, communicative interactions, service.

Деятельность аэропорта определяется системой организации услуг для пассажиров и авиационных компаний, обеспечивая взаимодействие между участниками. Основой системы является коммуникационное взаимодействие между сотрудниками и авиапассажирами, учитывающее аспекты безопасности и системы технического оснащения.

Коммуникативное взаимодействие в большинстве случаев служит синонимом к таким понятиям, как «коммуникация», «связь», «обмен информацией», «сообщение», «общение». Коммуникативное взаимодействие может принимать различные формы, как между структурными подразделениями и организациями, так и между людьми, играющих различные социальные роли (например, сотрудник сервисных служб аэропорта и пассажир), либо людьми (клиентами) и организациями.

Вопросы коммуникативных взаимодействий исследовались Г.М. Андреевой, А.С. Золотниковой, Б.Ф. Ломовой, А.Н. Леонтьевой, М.И. Лисиной, Д.Б. Элькониной и посвящены проблемам общения в психологии в аспекте коммуникативных отношений. Однако в данных научных трудах

недостаточно внимания уделено рассмотрению проблем, связанных с изучением коммуникативных взаимодействий в сфере сервиса в авиации.

Особенности коммуникативных взаимодействий между авиапассажирами и сотрудниками сервисной службы аэропорта основываются на специфике услуг аэропорта – оказание услуг по авиаперевозке в условиях специфики угроз безопасности и нерегулярности пользования услугами пассажирами.

Коммуникация выступает как особая функция общения. Она проявляется в передаче и принятии информации. Эта функция играет важную роль в межличностных отношениях, поскольку информационные процессы в современном мире определяют значительную часть жизнедеятельности человека. Понятие «коммуникация» определяется как смысловая сторона социального взаимодействия.

Ряд ученых И.Н. Горелов, М.В. Зюзько, Л.А. Шкатова, В.Р. Житников определяют процесс коммуникации как «акт общения или коммуникативный акт», включающий в себя следующие компоненты: коммуникантов (тех людей, которые участвуют в общении); действия, представляющие собой общение (процесс говорения, мимика, жесты); непосредственно содержательная сторона сообщения; каналы связи (речь, зрение, слух); мотивы участников коммуникации, их цели и побуждения.

Таким образом, коммуникативное взаимодействие – это процесс взаимодействия между различными субъектами, при котором происходит обмен информацией, включающий в себя динамическую смену этапов формирования, передачи, приема, расширения и исследования информации при взаимодействии субъектов коммуникации [1].

При классификации выделяют несколько видов коммуникаций: по типу – вербальные и невербальные; по виду – первичные и вторичные; по форме взаимодействия с реципиентом – личные и неличные; в зависимости от среды взаимодействия коммуникации принято делить на внешние и внутренние; по детерминированности – целенаправленные и случайные коммуникации; по направленности коммуникации можно классифицировать на горизонтальные, вертикальные, диагональные; по уровню стабильности; по сущности – формальные и неформальные; по пространственно-масштабному критерию коммуникации могут быть локальными (местными), региональными, национальными, глобальными; в зависимости от конечной цели влияния на коммуниканта маркетинговые коммуникации могут быть разделены на два вида: коммуникации, связанные с разработкой, созданием, совершенствованием товара и его поведением на рынке; коммуникации, связанные с продвижением товара в зависимости от фазы его жизненного цикла [2].

Важно отметить, что все виды коммуникации направлены на взаимное информирование с целью налаживания совместной деятельности. Каждый участник коммуникативного процесса ориентируется на мотивы, цели и установки другой стороны при предоставлении ей информации. Особую роль для каждого участника коммуникации играет важность информации и стремление выработать общий смысл. Это возможно только в том случае, если информация не только принята, но и понята и оценена.

Эффективные коммуникации имеют решающее значение в работе аэропорта, влияя на удовлетворенность клиентов и безопасность. Сотрудники аэропорта должны быстро и четко предоставлять информацию о рейсах, терминалах и багаже, чтобы избежать недопонимания и стресса. Правильная коммуникация обеспечивает безопасность, удобство и положительный опыт пассажиров, что ведет к повышению общей удовлетворенности клиентов и созданию положительного имиджа аэропорта.

В регулировании коммуникаций между сотрудниками аэропорта и пассажирами особую роль играют профессиональные стандарты. Для выполнения своих обязанностей сотрудники должны обладать не только коммуникативными навыками, но и использовать технологии, позволяющие предотвращать конфликты и возникающие угрозы. Стандарты служат ориентиром для отбора персонала, его обучения и подготовки к работе на конкретном рабочем месте. При этом коммуникационная составляющая играет одну из важнейших ролей в выполнении трудовых функций и достижении поставленных задач, особенно в условиях повышенной нагрузки. Знание основ психологии общения позволяет сотрудникам аэропорта лучше понимать потребности и эмоциональное состояние пассажиров, выстраивать с ними доверительные отношения и решать конфликтные ситуации. Коммуникационная компетенция является неотъемлемой частью профессиональной подготовки сотрудников аэропорта.

До настоящего времени коммуникативные взаимодействия между авиапассажирами и сотрудниками сервисных служб в АО «Терминал Владивосток» не исследовались. Следовательно, тема данной работы является актуальной.

Цель исследования – выявление особенностей коммуникативных взаимодействий между авиапассажирами и сотрудниками сервисной службы АО «Терминал Владивосток», г. Артем.

Реализация поставленной цели обусловила необходимость решения следующих задач:

1) изучить основные понятия, характеризующие коммуникативные взаимодействия в аэропорту;

2) проанализировать процесс коммуникативных взаимодействий между авиапассажирами и сотрудниками сервисной службы предприятия АО «Терминал Владивосток», г. Артем выбранными методами;

3) выявить проблемы и сформулировать рекомендации по совершенствованию коммуникативных взаимодействий между авиапассажирами и сотрудниками сервисной службы.

Методы исследования: библиографический, социологический; метод анкетирования, методика диагностики уровня эмпатических способностей (В.В. Бойко).

В результате аналитических исследований определены критерии коммуникативных взаимодействий между авиапассажирами и сотрудниками сервисных служб АО «Терминал Владивосток» (таблица), что позволит выявить уровень эффективности и качества коммуникативных взаимодействий.

Таблица

Критерии оценки коммуникативных взаимодействий в аэропорту

Критерии	Оценочные характеристики
1. Четкость и понятность информации	Информация предоставляется четко и легко понимаемо для целевой аудитории; использование понятного языка без сложных технических терминов; понятность и четкость предоставляемой информации на информационных стендах, табло и в объявлениях.
2. Доступность информации	Легкий доступ к необходимой информации о рейсах, услугах и правилах аэропорта для всех пользователей; использование различных каналов связи для распространения информации.
3. Этикет поведение	Использование дружелюбного тона в разговорной речи; соблюдать принцип эмоциональной нейтральности, проявлять уважительное и доброжелательное отношение к пассажирам; проявлять эмоционально-психологическую устойчивость, не позволяя втянуть себя в конфликт, предпринимать все возможные меры к пресечению действий, провоцирующих конфликт, или к его разрешению.
4. Многоязычие	Возможность общения и предоставление информации на нескольких языках для удовлетворения потребностей разноязычных пассажиров; перевод информации на различные языки для улучшения доступности.
5. Адаптация к особенностям аудитории	Учет особенностей различных групп пассажиров (авиапассажиры с детьми, люди с ограниченными возможностями); персонализированный подход к взаимодействию с каждой категорией пассажиров.
6. Использование технологий	Интеграция современных технологий для обеспечения эффективной коммуникации (мобильные приложения, QR-коды и интерактивные табло, и т.д.); активное участие в социальных сетях для оперативной коммуникации с пассажирами.
7. Эмпатия и внимание к клиенту	Проявление понимания и эмпатии со стороны сотрудников при решении проблем пассажиров; внимание к индивидуальным потребностям и ситуациям пассажиров.
8. Обратная связь	Система сбора обратной связи от пассажиров; анализ обратной связи для внесения улучшений в коммуникативные процессы.
9. Соблюдение стандартов обслуживания	Поддержка сотрудников в соблюдении стандартов и протоколов коммуникации; использование специальных жестов и фраз на каждом этапе обслуживания.
10. Скорость реакции и эффективность решения проблем	Способность сотрудников аэропорта эффективно общаться в условиях кризиса или чрезвычайных ситуаций; способность контролировать свои эмоции и поведение; готовность и профессионализм в решении проблем в сложных обстоятельствах; оперативность ответов на вопросы и запросы пассажиров; эффективное решение проблем в минимальные сроки.
11. Визуальная коммуникация	Использование визуальных средств для более наглядного представления информации; четкая маркировка и указатели для обеспечения навигации.

Критерии	Оценочные характеристики
12. Креативность и инновации	Внедрение креативных подходов в коммуникацию для привлечения внимания пассажиров; использование инновационных решений для улучшения опыта.
13. Обучение пассажиров	Наличие образовательных программ и материалов для повышения осведомленности пассажиров о процедурах и правилах.

Особенности общения между авиапассажирами и сотрудниками сервисной службы аэропорта характеризуются знаниями процессов организации речевой коммуникации в родной и иноязычной среде, пониманием основных проблем, определяющих конкретную область профессиональной деятельности, владением приемами и методами формирования межличностного мышления, которое обеспечивает успешное обслуживание потребителей услуг сферы сервиса и принятие решений в стандартных и экстремальных ситуациях, а также бесконфликтное взаимодействие между пассажирами и сотрудниками.

В эмпирической части исследования проведена оценка коммуникативных взаимодействий между авиапассажирами и сотрудниками сервисной службы АО «Терминал Владивосток», г. Артем в соответствии с вышеперечисленным выбранными критериями. Метод наблюдения коммуникативных взаимодействий основывается как на исследовании процессов коммуникации, так и на анализе поведения персонала, отзывах потребителей.

Метод наблюдения в контексте данного исследования оценивает удовлетворенность пользователей коммуникационных процессов во время предполетных процедур (комфорт и удобство нахождения в терминале, уровень компетентности сотрудников, качество информационной среды, оценка критериев коммуникативных взаимодействиях, и пр.).

Метод анкетирования является одним из самых распространенных исследования составлена согласно правилам [4]. В качестве респондентов выступали пассажиры аэропорта Владивосток.

По результатам анкетирования определен хороший уровень коммуникации в целом, в то же время, 31,5% опрошенных оценили коммуникативное взаимодействие на уровень 3. Поэтому можно предположить, что есть некоторые недостатки в коммуникативном процессе.

Респонденты оценивают коммуникативные навыки сотрудников аэропорта на уровне «4» и «5». Однако навык невербальное общение оценен ниже.

Результаты оценки критериев коммуникативных взаимодействий показывают следующее:

- более 10% респондентов оценивают искренность сотрудников в решении проблем пассажиров как неудовлетворительную, что указывает на то, что есть некоторые проблемы в этой области;

- 31% опрошенных оценивают готовность персонала помочь пассажирам как удовлетворительную, что может указывать на некоторые недостатки в готовности персонала оказывать помощь;

- 16% респондентов, заявили, что иногда информация может быть нечеткой или недостаточно понятной.

Более того, участники опроса также сообщили о желании использовать интеллектуальные технологии в коммуникативном процессе, что, возможно, указывает на отсутствие какой-либо визуальной информации, скорости ее получения и вероятности нахождения ответов.

Таким образом, результаты проведенного опроса позволили выявить особенности коммуникативных взаимодействий между авиапассажирами и сотрудниками сервисной службы АО «Терминал Владивосток», определены следующие проблемы:

1. Неосведомленность пассажиров о доступной информации:

1. Большинство респондентов сталкивались с проблемами и трудностями при посещении аэропорта Владивосток, что указывает на недостаточную информированность и нечеткость предоставляемой информации.

2. Информационные стенды для получения информации о рейсах и услугах аэропорта в аэропорту используются лишь 35,5% респондентов иногда или 25,8% редко.

3. 51,6% респондентов не пользуется онлайн-ресурсами аэропорта для получения информации, что может говорить об онлайн пассивности пассажиров или о незнании такой возможности.

2. *Недостатки в коммуникативном процессе*: общий уровень коммуникативных взаимодействий получил достаточно высокую оценку, однако выявлены некоторые проблемы, связанные с искренним интересом сотрудников в решении проблем и готовностью помочь.

Данные проблемы могут вызывать трудности у пассажиров при получении необходимой информации, осложнить нахождение в аэропорту и взаимодействие с персоналом аэропорта.

Взаимодействие с пассажирами в аэропортах требует эмпатии со стороны персонала. Сотрудники, проявляющие понимание и сочувствие к эмоциям пассажиров, создают доверительные отношения и положительный опыт общения. Важно уметь распознавать чувства других и проявлять дружелюбие для эффективного взаимодействия и создания комфортной атмосферы.

Для диагностики уровня эмпатических способностей сотрудников сервисных служб АО «Терминал Владивосток» использована «Методика диагностики уровня эмпатических способностей» В.В. Бойко.

Эмпатия, по В.В. Бойко, представляет собой «форму рационально-эмоционально-интуитивного отражения другого человека, которая позволяет преодолеть его психологическую защиту и постичь причины и следствия самопроявлений – свойств, состояний, реакций – в целях прогнозирования и адекватного воздействия на его поведение» [5].

Изучая уровень эмпатии, проявляемой работниками аэропорта, обнаружено, что большинство людей демонстрируют недостаточно развитый уровень эмпатии, о чем свидетельствует 35 % ответов респондентов. Таким людям может быть трудно установить общение с другими, они чувствуют себя неловко среди шумных людей и склонны выбирать одиночный подход к решению конкретной задачи, а не общение с другими.

Очень низкий уровень эмпатии выявлен у – 30% респондентов. Таким субъектам сложно начать разговор в одиночку; обычно у людей с недостатком эмоционального сочувствия мало друзей, а те, у кого они есть, скорее всего, просто знакомые. Антиэмпатические взгляды считают действия людей, основанные на эмоциях, несущественными. Результатом может стать то, что у сотрудников сервисных служб возникают проблемы социальных навыков, с эмоциональным общением с другими людьми и трудности с общением авиапассажиров, что может привести к тому, что работники будут испытывать эмоциональный стресс, разочарование.

Работники сервисной службы демонстрируют низкий уровень эмпатии, что является результатом их безразличия к эмоциям и мыслям других людей, а также их склонности сосредотачиваться на себе, а не на других. Эмоциональная эмпатия, по-видимому, отсутствует у представителей этого вида, что указывает на отсутствие эмпатии. Они испытывают неловкость в неприветливых организациях, редко знают тех, кто находится рядом, и поэтому стремятся жить в изоляции.

Высокий уровень эмпатии выявлен у 20 % респондентов, что свидетельствует о том, что они чувствуют и понимают эмоции других лучше, чем свои собственные. Это и великодушные преданные друзья, люди, неравнодушные проблемам окружающих. Они душевны, отзывчивы, контактны, общительны, доверяют интуиции и чувствам.

Средний уровень эмпатии выявлен у 15 % респондентов. Испытуемым не чужды эмоциональные проявления, они чаще держат их самоконтролем, в общении внимательны, стараются понять больше, чем сказано словами, но при излишнем излиянии чувств собеседника теряют терпение.

У сотрудников сервисной службы АО «Терминал Владивосток» определена заниженная степень эмпатии, а способность понимать и заботиться о пассажирах, в том числе об их эмоциях, продемонстрирована у 35 % протестированного персонала.

Таким образом, для повышения уровня коммуникативных взаимодействий между авиапассажирами и сотрудниками сервисных служб АО «Терминал Владивосток», предлагаются следующие рекомендации:

1. Проведение обучения и повышение квалификации персонала. Организовать обучение для сотрудников сервисной службы аэропорта на регулярной основе, навыкам активного слушания и эмпатии, а также эффективное решение проблем и конфликтов и т.д. Это позволит им лучше удовлетворять потребности и ожидания пассажиров.

2. Разработка программ лояльности для сотрудников. Разработать программы, стимулирующие сотрудников аэропорта обслуживать пассажиров с большим вниманием и заботой, что будет способствовать повышению общего уровня обслуживания пассажиров.

3. Создание информационной системы для авиапассажиров. Разработка и внедрение современной информационной системы, которая обеспечит пассажиров полной и точной информацией о рейсах, услугах, и организации работы аэропорта. Это поможет улучшить понимание и восприятие информации пассажирами.

4. Развитие и совершенствование цифровой платформы аэропорта для повышения доступности получения информации для клиентов. Данная проблема решается за счет улучшения функциональности веб-сайта, включая возможность онлайн-регистрации и покупки билетов, создание учетной записи клиента с информацией о пассажирах и внедрение более удобной для пользователя системы онлайн-бронирования.

Представленные рекомендации позволят обеспечить более эффективное и дружелюбное взаимодействие между авиапассажирами и сотрудниками сервисной службы в аэропорту, что в конечном итоге будет способствовать более комфортному перелету для всех пассажиров. Успешное коммуникационное взаимодействие имеет важное значение для обеспечения пассажирам впечатлений, безопасности и качественного обслуживания посредством оперативной коммуникации. Первоочередное внимание в аэропорту должно уделяться улучшению коммуникации между сотрудниками и клиентами, а также интенсивно интегрировать современные технологические решения в коммуникацию для улучшения взаимодействия с клиентами.

1. Дзялошинский И.М., Пигун М.А. Деловые коммуникации. Теория и практика: учебник для бакалавров. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 433 с.

2. Бондаренко Н.А., Демьянова И.О. Понятие коммуникаций и их классификация // Ученые заметки ТОГУ. – 2016.- №4-1. – Том 7. – С. 383-388.

3. Цукарев В.К. Развитие коммуникационных процедур авиатранспортного предприятия на базе информационных технологий с целью оптимизации технологического процесса и повышения качества обслуживания // Бюллетень результатов научных исследований. – 2020. – №3. – С 64-74.

4. Анкетирование как метод исследования – виды, правила составления, анализ результатов – Текст: электронный. – URL: <https://101student.ru/obshhestvoznanie/anketirovanie.html> 101student.ru.

5. Бойко В.В. Энергия эмоций в общении: взгляд на себя и на других. – Текст: электронный – URL: <http://osp.kgsu.ru/library/PDF/389.pdf>.

УДК 658.64:656.7.025

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОДХОДОВ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА УСЛУГ НА ПРЕДПРИЯТИИ «АО ПРИМОРСКОЕ АГЕНТСТВО АВИАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ», г. ВЛАДИВОСТОК

В.П. Жданова, бакалавр
Л.Ю. Фалько, преподаватель

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. Настоящая статья посвящена оценке качества услуг сервисного предприятия с использованием метода *SERVQUAL* и анализа отзывов клиентов. Установлено, что самые высокие ожидания клиентов в отношении критериев качества связаны с осязаемостью, уверенностью и эмпатией, а самые низкие ожидания – с надёжностью. Выявлены направления совершенствования качества услуг «АО Приморское агентство авиационных компаний».

Ключевые слова: сервис, качества услуг, оценка качества, методы оценки качества услуг.

RESEARCH OF APPROACHES TO ASSESSING THE QUALITY OF SERVICES AT THE ENTERPRISE "JSC PRIMORSKY AGENCY OF AVIATION COMPANIES", VLADIVOSTOK

Abstract. This article is devoted to assessing the quality of services of a service company using the *SERVQUAL* method and analyzing customer reviews. Customers' highest expectations for quality criteria have been found to relate to tangibility, confidence and empathy, while the lowest expectations relate to reliability. Directions for improving the quality of services of JSC Primorsky Agency of Aviation Companies have been identified.

Keywords: service, quality of services, quality assessment, methods for assessing the quality of services.

Обеспечение высокого уровня сервиса – стратегическая задача любого предприятия сферы сервиса, решение которой позволяет бизнесу успешно конкурировать в жестких рыночных условиях. Достигая такого уровня качества обслуживания, организация приобретает сравнительное преимущество перед другими аналогичными предприятиями как нашей страны, так и за рубежом. Тема исследования актуальна, так как для поддержания конкурентоспособности каждому предприятию необходимо удержание постоянных и привлечение новых клиентов.

Такие авторы, как А.Ю. Курочкина, И.М. Лифиц, В.В. Колочева изучали конкурентоспособность товаров и услуг, а также качеством услуг в целом.

Современные исследования таких авторов, как Н.Ю. Арбузова, Р.В. Котунов и М.Б. Понявина показывают, что предприятия сервиса в целях повышения конкурентоспособности стремятся удержать свои позиции на рынке, завоевать определенный сегмент потребителей, сформировать лояльность клиентов к компании.

Т.А. Пелипец в своей работе выявила ожидания клиентов на предприятии сферы сервиса. В процессе работы были выделены следующие ожидания: ценовой диапазон, желаемое наличие услуг, ожидания при выборе предприятия для получения необходимой услуги, доброжелательное обслуживание. [1]

М.С. Драчева и А.Ю. Кононов выявили основные теоретические и практические методы проверки персонала на предприятии «АО Приморское агентство авиационных компаний» г. Владивосток, провели анализ действующей оценки персонала и анализ претензий.

Объектом исследования является качество услуг, а предметом – оценка качества услуг на предприятии в сфере сервиса.

Целью работы является анализ и оценка качества услуг на предприятии АО Приморское агентство авиационных компаний». Для достижения этой цели в работе поставлены следующие задачи:

1. Выявить существующие подходы к оценке качества услуг сервисного предприятия. Обосновать выбор подхода и методов для оценки качества услуг на предприятии в сфере авиационного сервиса.

2. Выполнить исследование качества услуг АО Приморское агентство авиационных компаний».

3. Разработать рекомендации по совершенствованию качества услуг.

Сервис представляет собой совокупность характеристик, условий и процесса обслуживания, которые обеспечивают удовлетворение установленных или предполагаемых потребительских предпочтений клиента [1]. Целенаправленный процесс воздействия на объекты управления, осуществляемый на всех стадиях жизненного цикла услуги, в целях установления, обеспечения и поддержания необходимого уровня качества, удовлетворяющего требования потребителей позволяет структурировать механизмы предоставления услуг [2].

Американский ученый Д. Гарвин систематизировал используемые в профессиональной и повседневной деятельности трактовки качества в отношении продукции и услуг [3].

- а) абсолютный подход: качество как мера «хорошести», ценности услуги или товара. Понятие качества точно нельзя определить, однако клиент или покупатель знает, когда перед ним качество;

- б) ориентированный на продукт. Подход позволяет осуществлять объективные измерения качества, получать количественные оценки. К проблемным сторонам подхода относят игнорирование субъективных установок потребителей, которые могут устанавливать разные масштабы для сравнения свойств объекта;

- в) ориентированный на потребителя. Подход допускает использование достаточно широкого арсенала методов оценки и управления, связанных с исследованиями установок и ожиданий потребителей. Основным недостатком данного подхода заключается в опасности сведения качества к оценке удовлетворенности потребителей;

- г) ориентированный на производителя. Такой подход дает широкие возможности для использования измерительных инструментов, осуществлении контроля;

- д) ценностный подход. Качество определяется процессом обмена между производителем и потребителем. Справедливость такого отношения у каждой из сторон и определяет качество продукта. К проблемам при использовании этого подхода относят высокую субъективность, а также то, что качество характеризует процесс его обмена [3].

В исследовании использовался подход, ориентированный на потребителя, то есть клиентоориентированный подход.

Клиентоориентированность – критерий сервиса, который заинтересован, в первую очередь, удовлетворить желания и интересы клиентов, а не получить прибыль.

Рассматривая клиентоориентированность как инструмент управления, следует признать, что по сравнению с отдельными составляющими клиентоориентированности не менее значимы и структурные взаимосвязи между этими элементами. Поэтому комплексный, системный подход позволяет получить высокие показатели клиентоориентированности [4].

Выделяются методы оценки с позиции клиента, которые направлены на оценку аспектов услуги, воспринимаемых потребителем. К ним относятся: включенное наблюдение, метод «пробной покупки», экспертное наблюдение.

Также существуют методы, направленные на восприятие качества услуги отдельными потребителями. Они предполагают обязательный опрос конкретных клиентов. Примерами таких методов являются: критериальный подход, процессный подход, проблемные методы, анализ отзывов, методика SERVQUAL.

Для более точной оценки качества услуг, необходимо выделить критерии, выявляющие слабые места сервиса. Методика SERVQUAL позволяет оценивать качество сервиса на основе ожиданий клиента и их фактического опыта получения услуг. Она основана на следующих критериях:

- а) надежность предприятия;
- б) готовность сотрудников помочь клиентам;
- в) знания сотрудников предприятия, о потребителях, в их обходительном отношении, во внушении доверия.
- г) сопереживание, которое проявляется в проявлении сотрудниками предприятия заботы о потребителях, в их обслуживании с учетом индивидуальных запросов;
- д) осязаемые элементы, к которым относятся внешний вид помещений, оборудования, персонала предприятия, его рекламные материалы (они должны быть привлекательными и соответствовать уровню обслуживания).

В данном исследовании использовались метод анализа отзывов, так как оценка он является доступным, позволяет изучить общественное мнение о степени удовлетворения услугой, и методика SERVQUAL, позволяющая определить комплекс потребительских пожеланий или надежд, которые в результате формирует образ эталонного уровня обслуживания.

Был проведен опрос клиентов «АО ПААК» в период с ноября по январь. Общее число опрошенных составило 91 человек. Анкетирование проводилось онлайн в гугл-форме.

Сравним ожидания клиентов от предоставления услуги с их реальностью, судя по результатам опроса и сформируем выводы исследования. На рисунке представлен результат опроса графически.

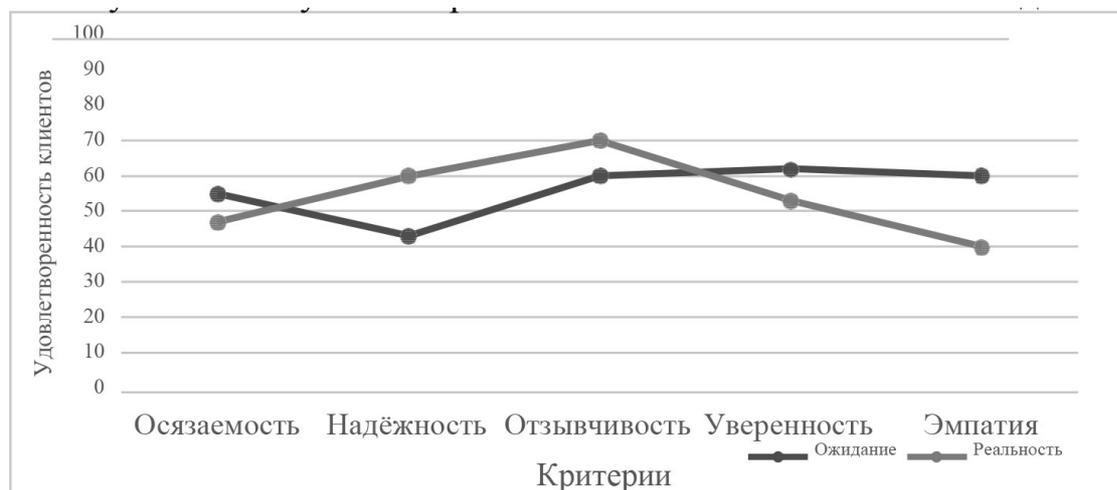


Рис. Результат опроса клиентов АО «ПААК» по методике SERVQUAL

Анализ результатов исследования показал, что клиенты недостаточно удовлетворены по критериям осязаемости, уверенности и эмпатии.

Далее было найдено 450 отзывов суммарно с трёх сайтов: «Яндекс.Карты», «2ГИС» и «VL.RU». Негативные отзывы можно разделить на четыре основные категории:

- а) дополнительные денежные сборы;
- б) неисполнение или ненадлежащее выполнение услуги;
- в) низкий уровень сервиса;
- г) недостоверность предоставления контактов для связи на официальном сайте.

Анализ отзывов клиентов об услугах АО «ПААК»

Положительные отзывы (361)	Отрицательные отзывы (89)
Предоставление подробной и ясной информации об услугах (104)	Недостоверность предоставленных контактных данных (45)
Качественная работа агентов (85)	Дополнительные денежные сборы (20)
Поддержание связи с клиентами (72)	Низкий уровень сервиса (14)
Оперативность (64)	Неисполнение или ненадлежащее выполнение услуги (10)
Грамотное консультирование клиентов (36)	

Таким образом, по результатам всего исследования разработаем рекомендации по улучшению качества сервиса на предприятии АО «ПААК».

Разработка и проведение мероприятий по отработке конфликтных ситуаций и жалоб замесяц поможет улучшить критерий уверенности. Проведение с сотрудниками отдела продаж обучения или тренингов по коммуникативным навыкам, умению расположить к себе клиента повысить эмпатию работников. Обновление компьютерного оборудования, модернизация оформления указателей, униформы персонала, и косметический ремонт внешнего и внутреннего фасада здания повысит удовлетворённость по критерию осязаемости. Для устранения проблемы отсутствия контактных данных на официальном сайте необходимо обновлять информацию сайта каждые 5–7 дней в сети «Интернет», добавить справочную информации по отделам предприятия. В целях избегания недовольств дополнительными денежными сборами необходимо включить в стандарт работы с клиентами своевременное уведомление клиентов о том, из чего складывается цена за предоставление услуг, и при каких обстоятельствах определённая сумма не будет возмещена потребителю. Инструментом для повышения уровня сервиса может послужить разработка внутреннего стандарт гостеприимства. В сервисном предприятии рекомендуется использовать подходы, позволяющие оценить удовлетворенность потребителя. Клиентоориентированный подход является самым подходящим для применения на сервисном предприятии. В рамках данного подхода существует достаточное количество методов оценки качества, позволяющих совершенствовать сервис для потребителя, тем самым повышая конкурентоспособность предприятия, поток новых клиентов и удержание постоянных.

В настоящем исследовании использованы такие методы, как метод SERVQUAL и метод анализа отзывов клиентов. Метод SERVQUAL позволил выявить неудовлетворённость клиентов АО «ПААК» по критериям осязаемости, уверенности и эмпатии.

С помощью анализа отзывов структурированы основные положительные и негативные мнения об АО «ПААК». Выявлены основные категории жалоб клиентов: дополнительные денежные сборы, неисполнение или ненадлежащее выполнение услуги, низкий уровень сервиса, недостоверность предоставления контактов для связи на официальном сайте.

По результатам исследования разработаны рекомендации.

1. Пелипец Т.А. Анализ оценки качества обслуживания клиентов на предприятии сферы сервиса // Форум молодых учёных. – 2020. № 1 (41). С. 521-525.

2. Белый Е.М., Романова И.Б. Управление качеством: учеб. пособие– Ульяновск, УлГУ, 2020 – 186 с.

3. Анализ методов оценки качества предоставляемых услуг сервисных предприятий / Т.Н. Прокопец, С.Н. Комарова, В.А. Логвинова // Вестник Академии знаний. – 2020. – № 37 (2). – С. 268-273.

4. Управление клиентоориентированной компанией: основные теоретические и методологические подходы к исследованию / О.В. Гулакова, О.А. Кусраева, В.А. Ребязина, М.М. Смирнова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – Москва: Изд. дом Высшей школы экономики, 2023. – 280 с.

ФОРМИРОВАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ КОМПАНИИ

А.А. Заболотня, бакалавр
И.А. Слесарчук, канд. техн. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. В условиях постоянного развития и конкуренции транспортно-логистических компаний актуальна объективная и обоснованная оценка сервисной деятельности. В значительном количестве нормативных документов, регламентирующих деятельность транспортно-логистических компаний на аспекты сервисной деятельности акцент не сделан. В статье излагаются результаты исследований рассматривается формированию оценочных показателей сервисной деятельности транспортно-логистической компании.

Ключевые слова: сервисная деятельность, оценочные показатели, транспортно-логистическая компания, показатели качества, грузовые перевозки.

FORMATION OF ESTIMATED INDICATORS OF THE SERVICE ACTIVITIES OF A TRANSPORT AND LOGISTICS COMPANY

Abstract. In conditions of constant development and competition of transport and logistics companies, an objective and reasonable assessment of service activities is relevant. A significant number of regulatory documents regulating the activities of transport and logistics companies do not focus on aspects of service activities. The article presents the results of research on the formation of estimated indicators of the service activities of a transport and logistics company.

Keywords: service activities, evaluation indicators, transport and Logistics Company, quality indicators, freight transportation.

Актуальность данной статьи заключается в том, что в настоящее время для оценки деятельности транспортно-логистических компаний существуют нормативные требования, но они не рассматриваются в аспекте сервисной деятельности, что значительно затрудняет оценку процесса обслуживания клиентов.

Научная новизна работы состоит в формировании номенклатуры показателей качества для оценки сервисной деятельности транспортно-логистических компаний.

Объект исследования – сервисная деятельность транспортно-логистической компании, а его **предмет** – оценочные показатели сервисной деятельности транспортно-логистической компании.

Целью работы является формирование оценочных показателей сервисной деятельности транспортно-логистической компании, для достижения поставленной цели необходимо решить ряд **задач**, а именно:

- проанализировать сущность сервисной деятельности транспортно-логистической компании;
- выявить ключевые факторы, влияющие на эффективность сервисной деятельности транспортно-логистической компании, в соответствии с нормативными требованиями;
- сформировать оценочные показатели сервисной деятельности транспортно-логистической компании.

Методами исследования в данной работе явились общенаучные методы (анализ, синтез) и специальные (метод SERVLOYAL).

На первом этапе исследования в процессе анализа сущности сервисной деятельности транспортно-логистической компании [2] установлено, что она включает в себя комплекс мероприятий и услуг, направленных на обеспечение эффективности и надежности транспортных и логистических процессов. Сервисная деятельность таких компаний охватывает широкий спектр задач и функций, начиная от организации грузовых перевозок и складирования, до предоставления консультационных и информационных услуг.

На втором этапе на основе проведенного анализа специальной литературы, нормативной документации, регламентирующей транспортно-логистическую деятельность и процесса обслужи-

вания клиентов [1-5] определены ключевые факторы, влияющие на эффективность сервисной деятельности транспортно-логистической компании:

1) своевременность доставки – перевозка груза к назначенному сроку и срочность перевозки груза;

2) сохранность груза – сохранность перевозимых грузов – доставка груза без потерь (то есть сохранение груза в первоначальном виде в начале и конце доставки), доставка груза без пропажи (то есть сохранение числа мест груза в начале и в конце доставки груза);

3) экономические показатели, которые характеризуют составные и общие затраты, которые возникли в процессе доставки груза.

4) высококвалифицированный персонал – обеспечивает эффективную и бесперебойную работу транспортно-логистической компании.

5) технологические факторы – одним из основных технологических факторов является использование специализированного программного обеспечения, позволяющего оптимизировать логистические процессы, управлять складскими операциями, отслеживать грузы и осуществлять контроль над транспортом.

6) информационное обслуживание – одной из основных задач информационного обслуживания является своевременное и точное предоставление клиентам всей необходимой информации о статусе и местонахождении грузов. Это позволяет клиентам быть в курсе всех этапов перевозки и оперативно реагировать на возможные изменения или проблемы.

7) инфраструктура компании – создание комфортного пребывания клиентов в помещениях компаний.

На основе анализа показателей качества, установленных в ГОСТ Р 51005-96 [1] для грузовых перевозок, специальной литературы [3,2], определены показатели качества сервисной деятельности транспортно-логистической компании, представленный в таблице.

Таблица

Показатели качества сервисной деятельности транспортно-логистической компании

Групповой показатель	Показатели 1 уровня
1 Своевременность перевозки	1.1 Перевозка груза к назначенному сроку 1.2 Регулярность прибытия груза 1.3 Срочность перевозки груза
2 Сохранность перевозимых грузов	2.1 Без потерь 2.2 Без повреждений 2.3 Без пропажи 2.4 Без загрязнения
3 Экономические показатели	3.1 Удельные затраты на транспортировку грузов различными видами транспорта 3.2 Удельные полные расходы на доставку груза 3.3 Затраты на производство погрузочно-разгрузочных и складских работ 3.4 Процент транспортных издержек в себестоимости продукции
4 Высококвалифицированный персонал	4.1 Вежливый и приветственный персонал 4.2 Достаточные знания, чтобы ответить на вопросы клиента 4.3 Индивидуальное внимание каждому клиенту 4.4 Знание персоналом точного времени, когда должна быть предоставлена услуга 4.5 Интерес персонала к проблемам клиента
5 Технологические факторы	5.1 Современное оборудование 5.2 Обслуживание без задержек 5.3 Оперативность оказания услуг 5.4 Простота и легкость получения заказа
6 Информационное обслуживание	6.1 Визуально привлекательные физические объекты 6.2 Визуально привлекательные информационные материалы 6.3 Доступная и ясная информация о службе доставки 6.4 Наличие онлайн-площадок для коммуникаций
7 Инфраструктура компании	7.1 Удобство перемещения от офиса до склада 7.2 Оснащение компании удобной мебелью 7.3 Наличие большого количества филиалов по городу 7.4 Наличие комфортных офисов

Для оценки качества процесса обслуживания в транспортно-логистической компании можно использовать метод SERVLOYAL [4], который совмещает в одном методе оценки ключевых факторов лояльности потребителей: качество обслуживания, удовлетворенность сервисом, имидж организации, потребительскую ценность, гарантийные обязательства.

Лояльность оценивается по результатам опроса, проведенного среди клиентов компаний, в ходе которого респондентам предлагается ответить на несколько вопросов. Соответственно, ответы на вопросы позволяют измерить величину основных аспектов лояльности: поведенческий, отношения, когнитивный, доверия, обязательства.

Данная методика в соответствии с результатами проведенных исследований по оценке сервисной деятельности транспортно-логистических компаний адаптирована с учетом специфики их работы.

Для оценки транспортно-логистического обслуживания по методу SERVLOYAL с учетом приведенных в таблице 1 показателей клиентам компании предлагается оценить в баллах от 1 до 5 по ряду следующих вопросов:

- 1 дружелюбный персонал службы доставки;
- 2 персонал службы доставки вежливый;
- 3 персонал службы доставки обладает достаточными знаниями, чтобы ответить на вопросы клиента;
- 4 индивидуальное внимание предусмотрено к каждому клиенту;
- 5 знание персоналом точного времени, когда должна быть предоставлена услуга;
- 6 готовность помочь клиентам службы доставки;
- 7 персонал службы доставки обеспечивает точное время предоставления услуги;
- 8 персонал службы доставки успевает ответить на вопросы клиентов;
- 9 заинтересованность персонала проблемами клиента;
- 10 обслуживание без задержек и нареканий;
- 11 качество службы доставки соответствует установленному уровню;
- 12 удобное время работы службы доставки;
- 13 скорость оказания услуг;
- 14 простой и легкий способ получить заказ;
- 15 чистота и порядок в службе доставки;
- 16 удобство принятия заказов;
- 17 современное оборудование;
- 18 визуально привлекательные физические объекты;
- 19 визуально привлекательные информационные материалы;
- 20 наличие большого количества филиалов по городу;
- 21 существует ощущение надежности и безопасности;
- 22 доступная и понятная информация о службе доставки;
- 23 разнообразие услуг, предлагаемые службой доставки

Таким образом, сформированы показатели для оценки качества сервисного обслуживания в транспортно-логистических компаниях с учетом специфики их деятельности, которые могут быть использованы для проведения социологических опросов, а также в качестве нормативных показателей для контроля качества процесса обслуживания.

1. ГОСТ Р 51005-96 Услуги транспортные. Грузовые перевозки. Номенклатура показателей качества – Текст: электронный // packer3d.ru/ – URL: <https://www.packer3d.ru/handbook/GOST-P-51005-96>

2. Неруш Ю.М., Саркисов С.В. Транспортная логистика: учебник для вузов. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 351 с. – (Высшее образование). – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/536187>

3. Зачёсов А.В., Бунташова С.В. Транспортная логистика и организация перевозок: учебное пособие. – Новосибирск: СГУБТ, 2022. – 196 с. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/293432>

4. Оценка лояльности клиентов – Текст: электронный // spravochnick.ru/ – URL: https://spravochnick.ru/marketing/loyalnost_klientov/ocenka_loyalnosti_klientov/

5. Ким А.Г. Лайчук О.В. Оценка качества обслуживания клиентов транспортно-логистической компании // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2020. – Т. 9, № 2(31). – С. 179-182. – DOI 10.26140/anie-2020-0902-0041. – EDN BLIHZQ.

ОЦЕНКА УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РАБОТОЙ СТРУКТУРНЫХ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ СЕРВИСНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ АО «ПРИМОРСКОЕ АГЕНТСТВО АВИАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ», г. ВЛАДИВОСТОК

У.О. Иванова, бакалавр
Л.Ю. Фалько, канд. техн. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Аннотация. Оценка удовлетворенности потребителей услугами важна для улучшения качества услуг, удержания клиентов, привлечения новых клиентов, увеличения продаж, создания положительного имиджа компании и защиты от конкурентов. В статье представлены этапы процесса формирования удовлетворенности и методы её оценки, а также пример оценки удовлетворенности потребителей сервисного предприятия.

Ключевые слова: удовлетворенность, оценка удовлетворенности, ожидания потребителя, методы оценки удовлетворенности.

ASSESSMENT OF CONSUMER SATISFACTION WITH THE WORK OF STRUCTURAL DIVISIONS OF THE SERVICE ENTERPRISE JSC "PRIMORSKY AGENCY OF AVIATION COMPANIES", VLADIVOSTOK

Abstract. Assessing customer satisfaction with services is important to improve the quality of services, retain customers, attract new customers, increase sales, create a positive company image and protect against competitors. The article presents the stages of the process of forming satisfaction and methods for assessing it, as well as an example of assessing the satisfaction of consumers of a service enterprise.

Keywords: satisfaction, satisfaction assessment, consumer expectations, methods for assessing satisfaction.

Данная тема остается актуальной и востребованной для изучения, ведь условия развития современного рынка постоянно меняются и компаниям необходимо подстраиваться под потребителя, чтобы оставаться прибыльными и повышать свою конкурентоспособность. Так же, меняется и сам потребитель интересы которого, могут быть навязаны современными трендами и модой. Поэтому, главное постоянно анализировать и отслеживать интересы потребителя. Оценка удовлетворенности потребителя позволяет компании выявить слабые места в своей работе, повышать качество обслуживания и лояльность клиентов.

Большой вклад в изучение данной темы внесли Ф. Котлер и К.Л. Келлер, которые изучали маркетинг, как процесс удовлетворения потребностей клиента. Шиманов Д., который выделил три важнейших аспекта, влияющих на удовлетворенность потребителя [5, с. 11]. К. Форнелл в своих исследованиях разделил качество продукции на воспринимаемое и действительное, объясняя, как каждое из них влияет на удовлетворенность. Ф.У. Тейлор в своих трудах разделяет продукцию на качественную и некачественную, что играет важную роль в изучении удовлетворенности потребителей [4, с. 76]. О.М. Меликян занимался изучением поведения потребителей, а Н. Хилл предложил способы измерения удовлетворенности потребителей.

Цель работы – оценить степень удовлетворенности потребителей работой структурных подразделений сервисного предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний», г. Владивосток. Для достижения данной цели были поставлены следующие задачи:

- 1) выявить подходы к оценке удовлетворенности потребителей услуг сервисных предприятий и обосновать выбор методов оценки удовлетворенности потребителей сервисных услуг;
- 2) оценить удовлетворенность потребителей работой структурных подразделений сервисного предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний», г. Владивосток;

3) разработать рекомендации по повышению удовлетворенности потребителей работой структурных подразделений сервисного предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний», г. Владивосток

В качестве объекта исследования выступает удовлетворенность потребителей.

Предметом исследования является оценка удовлетворенности потребителей работой структурных подразделений сервисного предприятия.

В работе использован адаптационный подход и структурно-функциональный подход.

В исследовании использованы следующие методы: социологический метод (опрос в форме анкетирования), мониторинг обратной связи, оценка NPS (Net Promoter Score), PEST-анализ, SWOT-анализ, шаблон бизнес-модели по А. Остервальдеру.

Удовлетворенность потребителей в сервисе является ключевым показателем качества обслуживания. Именно удовлетворенность клиента является гарантией сохранности этого клиента. На сегодняшний день удовлетворенность потребителя – основной показатель эффективности работы предприятия, поскольку играет важную роль в формировании лояльности потребителя, что помогает закрепить человека в числе постоянных клиентов компании. Удовлетворенность потребителей – это совокупность большого количества элементов, которые отличны для разных предприятий и потребителей, поэтому, чтобы управлять удовлетворенностью, необходимо сначала выявить ее специфические черты для конкретного предприятия, а затем поддерживать их на уровне, отвечающем ожиданиям существующих потребителей [1, с. 108].

Для определения удовлетворенности необходимо иметь информацию об ожиданиях потребителя от продукта или услуги. Рышкова А. В. считает ожидания потребителя «одним из главных детерминантов удовлетворенности. Ожидания – это убеждения (вероятность) того, что продукт и / или услуга (содержащие определенные атрибуты, функции или характеристики) приведут к определенным результатам (преимуществам или ценностям) при определенных ожидаемых уровнях производительности, основанных на предыдущем эмоциональном, когнитивном и поведенческом опыте.

Ожидания часто связаны с удовлетворением и могут быть измерены следующим образом:

1. Важность: ценность продукта / услуги, оправдывающая ожидания.
2. Общие ожидания от аффекта до удовлетворения: нравится / не нравится продукт / услуга.

Исполнение ожиданий: ожидаемый уровень производительности по сравнению с желаемыми ожиданиями. Это «прогнозируемое выполнение» и специфический для респондента показатель уровня эффективности, необходимого для удовлетворения.

Ожидаемая ценность от использования: удовлетворенность часто определяется частотой использования. Если продукт / услуга используется не так часто, как ожидалось, результат может быть не таким удовлетворительным, как ожидалось [3, с. 291].

Ожидания потребителей формируются на основе уже имеющегося у них опыта, а также информации, получаемой по прямым (личным) или по массовым (неличным) каналам коммуникаций [2, с. 13].

Удовлетворенность потребителя формируется на основе их ожиданий от продукта или услуги, а также их реального опыта использования или взаимодействия с ними. Процесс формирования удовлетворенности можно изобразить следующей схемой на рисунке.

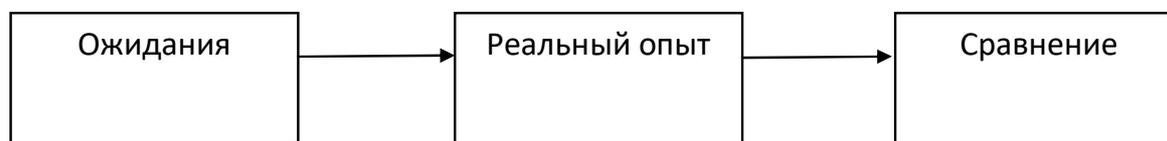


Рис. Процесс формирования удовлетворенности потребителя

Ожидания: на первой стадии потребитель формирует определенные ожидания от продукта или услуги, основываясь на их представлениях, предыдущем опыте, информации от других людей, рекламе и маркетинговым коммуникациям компании.

Реальный опыт: когда потребители начинают использовать продукт или услугу, их реальный опыт включает в себя взаимодействие с продуктом, качество обслуживания, степень соответствия ожиданиям и удовлетворенность от всего процесса в целом.

Сравнение: после взаимодействия с продуктом или услугой, потребители сравнивают свой реальный опыт с их ожиданиями. Если реальный опыт соответствует или превышает ожидания,

это приводит к высокому уровню удовлетворенности. Если реальный опыт не соответствует ожиданиям, это может привести к удовлетворенности на низком уровне или, в случае серьезного расхождения, к разочарованию.

Измерение удовлетворенности потребителей позволяет:

- определить запросы потребителей и относительную важность этих запросов;
- понять, как потребители воспринимают вашу продукцию и организацию в целом и соответствует ли деятельность вашей организации их запросам;
- определить те области, в которых улучшение характеристик даст наибольшее увеличение удовлетворенности потребителя;
- выявить области, в которых персонал производителя неадекватно установил приоритеты потребителя;
- установить цели улучшения товаров и услуг и контролировать процесс этого улучшения;
- увеличить прибыль за счет увеличения лояльности потребителя и его сохранения.

Чтобы оценить воспринимаемое качество, от которого напрямую зависит удовлетворенность потребителей, существуют следующие методы:

- опросы и анкеты;
- изучение жалоб и предложений;
- мониторинг обратной связи;
- оценка NPS (Net Promoter Score).

Для исследования удовлетворенности потребителей работой структурных подразделений АО «Приморское агентство авиационных компаний» г. Владивосток был проведен опрос среди клиентов, использующих услуги компании. В опросе приняли участие 78 респондентов, опрос включает в себя 8 вопросов, каждый из которых оценивает деятельность одного из структурных подразделений предприятия. Респонденты отмечают высокую компетентность сотрудников офиса продаж, вежливость и доброжелательность, быструю и умеренную скорость обслуживания. Работу одного из главных структурных подразделений – офиса продаж – по результатам опроса можно считать удовлетворительной. Однако были выявлены области для улучшения, такие как совершенствование качества клиентского сервиса и полнота предоставляемой клиенту информации. Для улучшения этих аспектов необходимо внедрение системы контроля качества обслуживания клиентов.

Клиенты особенно довольны работой контактного центра предприятия, отмечая высокую скорость ответов на обращения и предоставление полной и актуальной информации. Однако был выявлен процент респондентов, для которых работа контактного центра не была удовлетворительной. Они отмечают, что возникли трудности с тем, чтобы дозвониться операторам. Такая проблема может указывать на загруженность операторов в часы повышенного спроса. Для решения данной проблемы необходимо провести анализ нагрузки на контактный центр и вычислить время повышенного спроса, после чего разработать меры по оптимизации работы контактного центра в эти периоды.

Клиенты не полностью удовлетворены работой маркетингового и IT-отделов в части работы с сайтом компании. Сайт организации не всегда устраивает потребителей, респонденты отмечают, что информация часто бывает не полной или не актуальной. Для решения данной проблемы рекомендуется проведение аудита сайта с целью его дальнейшего усовершенствования.

Также одной из основных проблем компании является то, что при высоком уровне довольства организацией, клиенты не спешат рекомендовать её в своем окружении. Рекомендация компании со стороны удовлетворенных пользователей могла бы стать хорошей рекламной стратегией при минимальных затратах.

При помощи метода мониторинга обратной связи проведен анализ отзывов обособленных подразделений АО «Приморское агентство авиационных компаний» г. Владивосток. Анализ отзывов каждого филиала предприятия показал, что в целом клиенты довольны работой компании. Большинство отзывов содержат положительные оценки качества предоставляемых услуг, профессионализма сотрудников и удобства расположения офисов. Клиенты отмечают оперативность в подборе билетов, вежливость и компетентность сотрудников, внимательность к деталям и помощь с возникающими вопросами. Однако в некоторых отзывах были отмечены недостатки, такие как длительное время ожидания в очередях, отсутствие должного решения проблем клиентов, предоставление разной информации от сотрудников офиса продаж и при консультациях по телефону. Рабочие часы некоторых филиалов не были корректными, в некоторых отзывах отмечают, что офис был закрыт раньше положенного времени. Так же клиенты отмечают отсутствие инфор-

мации о техническом перерыве на информационном щите. Средняя оценка всех филиалов предприятия – 4,1, что говорит о том, что агентство успешно справляется с задачами по организации туристических поездок и заслуживает доверия со стороны клиентов.

Таким образом, анализируя данные опроса клиентов агентства и отзывы о компании из двух источников можно выделить структурные подразделения, работой которых клиенты наиболее удовлетворены, а также структуры, работой которых клиенты удовлетворены меньше.

Работа контактного центра собрала большее количество положительных оценок и отзывов, клиенты отмечают, что операторы всегда быстро отвечают и качественно консультируют, помогая решить все возникающие вопросы. Однако в данном подразделении существует проблема загруженности операторов в часы повышенного спроса.

Работу офиса продаж клиенты оценивают неоднозначно. Результаты опроса демонстрируют средний уровень удовлетворенности работой данного подразделения, а отзывы на сайте противоречивы. Большинство отзывов характеризуют именно работу сотрудников офиса продаж, одни клиенты довольны вежливыми и компетентными сотрудниками, которые быстро обслуживают и помогают решить все вопросы, а другие пользователи столкнулись с грубостью, некомпетентностью и долгим ожиданием. Таким образом в данном подразделении можно выделить проблему контроля качества обслуживания клиентов.

За работоспособность, удобство использования и наполняемость сайта отвечают маркетинговый и IT отделы компании. Исходя из опроса, большинство негативных оценок собрала работа данного подразделения. Пользователи отмечают, что информация на сайте компании часто бывает не полной или не актуальной. В отзывах об агентстве также отмечалось отсутствие на сайте необходимой информации. Так же присутствуют отзывы с выражением недовольства по поводу того, что информация о рабочих часах офисов часто не актуальна, IT-отдел часто допускает данную недоработку. Недоработкой маркетингового отдела является то, что на информационных щитах некоторых офисов отсутствуют данные о времени технического перерыва, что также отмечают многие клиенты в отзывах.

В соответствии с обнаруженными проблемами разработаны рекомендации по повышению удовлетворенности клиентов работой структурных подразделений и качества услуг организации в целом.

Основной проблемой в работе контактного центра предприятия является загруженность операторов в часы повышенного спроса. Улучшить работу контактного центра поможет проведение анализа нагрузки на контактный центр, для определения часов повышенного спроса. Оптимизировать работу можно, увеличив количество операторов в часы повышенного спроса и уменьшив количество операторов в остальное время, так компания не понесет больших финансовых затрат на увеличение штата сотрудников. Также снизить нагрузку на операторов можно путем внедрения автоматизированных систем для обработки простых запросов.

Проблема офиса продаж заключается в том, что не каждый клиент получает обслуживание на высоком уровне, что может происходить по многим причинам, например, большая загруженность агентов, нехватка сотрудников в сезоны повышенного спроса, недопонимание запроса клиента, а также это могут быть личные причины, например, плохое самочувствие. Данную проблему поможет решить внедрение системы контроля качества обслуживания. Это может быть программа, обеспечивающая обратную связь с посетителями путем сбора информации о качестве обслуживания. Сбор такой информации необходимо осуществлять сразу после предоставления услуги.

Для решения проблем в работе маркетингового и IT отделов необходимо проведение аудита сайта агентства с последующим исправлением всех недочетов. Также следует заметить информационные щиты офисов добавив на них время технического перерыва.

Также важной рекомендацией является регулярное проведение оценки удовлетворенности потребителей работой предприятия в целом, что поможет быстро реагировать на недовольства и применять возможные предложения. Так компания будет видеть реальные недостатки обслуживания и работать именно с ними, а клиенты будут чувствовать, что к ним прислушиваются, от чего их удовлетворенность и лояльность к компании будет повышаться.

Таким образом, в теоретической части исследования выявлены этапы процесса формирования удовлетворенности, которые включают в себя ожидания от продукта, реальный опыт взаимодействия с продуктом и последующее сравнение, а также определены методы оценки удовлетворенности потребителей.

В эмпирической части исследования проведена оценка удовлетворенности потребителей работой структурных подразделений предприятия АО «Приморское агентство авиационных компа-

ний», г. Владивосток с помощью опроса в форме анкетирования и оценки NPS (Net Promoter Score). Благодаря данным методам выявлено, что потребители в большей степени удовлетворены работой контактного центра предприятия, наименее удовлетворительной является работа маркетингового и IT отделов компании. По окончании исследования разработаны рекомендации по повышению удовлетворенности потребителей компании.

1. Катунина Н.В. Методы оценки удовлетворенности при формировании программ взаимоотношений с потребителями // Вестник Омского университета. Серия: Экономика. – 2008. – №1. – С. 108–110.
2. Меликян О.М. Поведение потребителей – 4-е изд. – Москва: Дашков К, 2018. – 280 с.
3. Рышкова, А.В. Сущность удовлетворенности потребителей. – Текст: электронный // Молодой ученый. – 2021. – № 20 (362). – С. 290–292. – URL: <https://moluch.ru/archive/362/81071/> (дата обращения: 07.12.2023).
4. Тейлор. Ф.У. Принципы научного менеджмента. – Москва, 1991 – 104 с.
5. Шиманов Д. Маркетинг и PR: Точки соприкосновения. – Москва: Гелла-Принт. 2007. – №6. С. 10 –11

УДК 658.6:656.71

АНАЛИЗ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АО «ПРИМОРСКОЕ АГЕНТСТВО АВИАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ», г. ВЛАДИВОСТОК

Д.С. Капацкий, бакалавр

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Аннотация. В работе проведен анализ сервисной деятельности АО «Приморское агентство авиационных компаний», г. Владивосток. Рассмотрены факторы внешней и внутренней среды предприятия. Методом контактных точек проанализирован процесс обслуживания клиентов, Собраны отзывы клиентов в сети интернет. Разработаны рекомендации по совершенствованию сервисной деятельности «Приморское агентство авиационных компаний», г. Владивосток.

Ключевые слова: анализ деятельности, деятельность предприятия, сервис, сервисная деятельность, формы сервисной деятельности, совершенствование сервисной деятельности предприятия.

ANALYSIS OF THE SERVICE ACTIVITIES OF JSC PRIMORSKY AGENCY OF AVIATION COMPANIES, VLADIVOSTOK

Abstract. The paper analyzes the service activities of JSC Primorsky Agency of Aviation Companies, Vladivostok. The factors of the external and internal environment of the enterprise are considered. The customer service process was analyzed using the contact point method, and customer reviews were collected on the Internet. Recommendations have been developed for the improvement of service activities of the Primorsky Agency of Aviation Companies, Vladivostok.

Keywords: analysis of activity, activity of the enterprise, service, service activity, forms of service activity, improvement of service activity of the enterprise.

Актуальность темы обусловлена важностью сервисной деятельности для предприятий сферы транспорта. Развитие и конкурентоспособность транспортных предприятий связано с высоким уровнем обслуживания клиента, поэтому анализ и совершенствование сервисной деятельности предприятий в условиях постоянной конкурентной борьбы имеет первостепенное значение.

Анализу сервисной деятельности посвящены работы Л.Ш. Лозовского, Б.А. Райзберга, А.А. Ратковского, В.К. Романовича, Ю.П. Свириденко и В.В. Хмелевой. В работах авторы дают определение сервисной деятельности, описывают ее виды, функции, приводят стандарты оценки качества сервиса.

Целью исследования является анализ сервисной деятельности АО «Приморское агентство авиационных компаний».

В ходе написания работы были поставлены следующие задачи:

- провести краткий обзор деятельности предприятия;
- описать историю компании;
- проанализировать организационную структуру предприятия;
- провести анализ деятельности предприятия с использованием методов PEST- и SWOT-анализа, а также по шаблону Остервальдера и Пинье.

Объектом исследования является сервисная деятельность.

Предметом исследования является анализ сервисной деятельности организации.

Анализ различных определений показывает, что в рамках одного понятия авторы стремятся охватить сущность сервисной деятельности, с одной стороны, как некоторого вида деятельности, направленного на удовлетворение определенных потребностей людей, с другой как производство индивидуальных и общественных благ, услуг, сервисных продуктов.

Сервис (от англ. service – служба, обслуживание) – вид деятельности, направленный на удовлетворение потребностей человека, путем оказания услуг, востребованных отдельными людьми, социальными группами или организациями. Реализация сервиса осуществляется через сферу услуг с ее наиболее развитым компонентом – сферой обслуживания.

В процессе анализа внешней среды АО «Приморское агентство авиационных компаний» выявлены факторы внешней среды, влияющие на деятельность АО «Приморское агентство авиационных компаний» и дана их экспертная оценка.

Таблица 1

PEST-анализ АО «Приморское агентство авиационных компаний»

Политические	Вес	Экономические	Вес
Фактор		Фактор	
Визовые режимы между странами	0,3	Неблагоприятная инфляция 11–15 %	0,5
Повышение ставок налогообложения	0,2	Рост цен на транспортные услуги	0,3
Внесение изменений в закон о мобилизации	0,33	Жесткая конкуренция в сфере турбизнеса	0,2
Социально–культурные		Технологические	
Изменение моды на определенные виды туров	0,2	Современные транспортные средства	0,2
Постепенное изменение ценностных ориентаций граждан	0,1	Внедрение новых технологических решений	0,1
Боязнь авиаперелетов	0,1		

На основании анализа и оценки факторов можно установить:

- боязнь поездок за рубеж и отсутствие накоплений служит большим барьером для большинства людей при организации отдыха. Из-за этого люди отказываются от путешествий;
- АО «Приморское агентство авиационных компаний» может предложить своим клиентам отдых, который позволит значительно сэкономить средства;
- незначительное число туристов, умеющих самостоятельно организовать отдых за рубежом, не пользуются услугами компании, а это значит, что большинство людей нуждаются в услугах агентств;
- внедрение новых технологий требует достаточного финансирования, что возможно при росте числа клиентов организации;
- частичная мобилизация в 2023 году не позволяет гражданам, состоящим на воинском учете, выезжать за границу.

На втором этапе исследования выполнен SWOT-анализ.

Анализ внутренней среды АО «Приморское агентство авиационных компаний».

Сильные, слабые стороны возможности и угрозы для АО «Приморское агентство авиационных компаний» приведены в табл. 2.

SWOT–анализ АО «Приморское агентство авиационных компаний»

Сильные стороны	Слабые стороны
Наличие связей в сфере гостиничных услуг в разных городах и странах; Опытные менеджеры по туризму, хорошо знающие сферу своей деятельности; Четко сформулированная стратегия; Признанный рыночный лидер; Налаженная технология работы; Наличие веб–сайта; Сформированный имидж; Хорошая репутация фирмы у клиентов.	Экономическая зависимость от ситуации в стране; Сбои в коммуникациях; Потеря глубины и гибкости управления; Недостаточное использование маркетинговых средств; Недостаточный контроль исполнения приказов и распоряжений.
Возможности	Угрозы
Расширение ассортимента услуг; Возможность обслуживания дополнительных групп клиентов; Выход на новые географические рынки; Завоевание собственной доли рынка и ее расширение в сравнении с конкурентами; Расширение дополнительных услуг, с целью удовлетворения потребностей большого числа клиентов; Улучшение качества обслуживания клиентов.	Пандемия; Закрытие границ; Ожесточение конкуренции; Изменение потребности клиентов в предоставлении услуг; Появление конкурентов с более низкими ценами на услуги; Ослабление роста рынка; Ухудшение политических отношений с другими странами; Неблагоприятные изменения климата в других странах.

В результате проведенного SWOT-анализа можно сделать следующие выводы:

1. Для устранения слабых сторон компании необходимо грамотно распределять ресурсы между офисами, поскольку офисы, расположенные вдали от центра города, нуждаются в реконструкции, в некоторых случаях – немедленной. В зависимости от частоты обращений маломобильный клиентов оборудовать надлежащим образом офисы продаж или сайт, проводить обучающие тренинги для персонала по общению с маломобильными клиентами. изменение во вкусах и предпочтениях потребителей можно преодолеть путем расширения дополнительных услуг. Ухудшение политических отношений с другими странами послужит причиной переориентировки рынка и открытия новых сфер деятельности. Неблагоприятное изменение климата в других странах может спровоцировать рост популярности зимних видов отдыха, что означает выход на региональный рынок.

Для рассмотрения основных бизнес-процессов компании, определения целевой аудитории, конкурентные преимущества и каналы распространения. Использован шаблон Бизнес-модели Остервальдера и Пинье.

Таблица 3

Бизнес-модель АО «Приморское агентство авиационных компаний»

Основные партнеры	Основные направления деятельности	Основные ресурсы	Структура расходов	Потоки доходов	Каналы распространения
Росгосстрах АльфаСтрахование ВСК ДальЖАСО Халва	Консультация Продажа туристических услуг Продажа авиабилетов Продажа ж/д билетов	Офисы продаж Филиалы Имидж компании Персонал (Сотрудники, кадры)	Постоянные: Арендная плата, Амортизация, Аутсорсинг; Переменные: Освоение новых туров, разработка новых услуг, обучение сотрудников, представительские расходы, подбор персонала	Продажа активов (Туристических услуг Авиа, Ж/Д билетов) Страхование пассажиров Оформление виз Кредитное бронирование Реклама у компаний-партнеров	Офисы продаж, Официальный сайт Реклама у организаций-партнеров

Предлагаемые преимущества	Сегменты клиентов	Отношения с клиентами
Круглосуточный контактный центр Персональная поддержка Самообслуживание через интернет Автоматизированное обслуживание Кредитное бронирование, «Купи билет в одном филиале, забери в другом» Экологический туризм, Удобное расположение офисов продаж, учебный центр для сотрудников, Возможность возврата/Обмена билетов, Страхование пассажиров, Корпоративное обслуживание	Нишевой рынок Целевая аудитория Пол: Мужской/Женский Возраст: 16-85 лет Нишевой рынок Целевая аудитория Пол: Мужской/Женский Возраст: 16-85 лет Семейное положение: Женатые/Замужние, холостые Дети: Нет детей, семьи с детьми Уровень дохода: 45000-95000 руб/мес Потребности: Путешествия, рекреация, реабилитация стремление к неизведанному	Колл-центр, Взаимодействие через соцсети (Вконтакте, одноклассники, Телеграмм), Колл-центр, Взаимодействие через соцсети (Вконтакте, одноклассники, Телеграмм), Консультация в офисах продаж, собственный сайт

Был проведен анализ деятельности методом точек соприкосновения и анализ отзывов клиентов.

В работе выполнен анализ процесса оказания туристических услуг в офисе продаж методом контактных точек.

Таблица 4

Точки соприкосновения

Описание точки соприкосновения	Контактное лицо	Требования к качеству обслуживания	Действия маркетинга в отношении товарной стратегии
Вход в здание офиса продаж билетов	Служба охраны	Профессионализм, доброжелательность реакция, униформа	Проведение коммуникативного тренинга
Ожидание своей очереди к кассе	Администратор	Доброжелательность, собранность, быстрота обслуживания	Проведение тренинга по повышению стрессоустойчивости, курсы повышения квалификации
Выявление потребностей	Турменеджер	Компетентность, улыбка, скорость обслуживания, стрессоустойчивость, униформа	Проведение тренинга по предупреждению эмоционального выгорания
Оформление билетов, подбор тура, услуги	Турменеджер	Обладание полной информацией об ассортименте услуг и видах туров, грамотная речь, стрессоустойчивость, вежливость, компетентность	Проведение тренинга по предупреждению эмоционального выгорания
Информирование о новых предложениях	Турменеджер	Осведомленность о нововведениях в компании	Проведение тренинга по предупреждению эмоционального выгорания
Выход из здания офиса продаж	Служба охраны	Профессионализм, доброжелательность реакция, униформа	Проведение коммуникативного тренинга

С целью определения удовлетворенности клиентов деятельностью агентства выполнен анализ отзывов клиентов АО «Приморское агентство авиационных компаний», размещенных в сети интернет.

Всего было проанализировано двести двадцать пять отзывов. Из них: сто пятьдесят пять – положительные, семьдесят – отрицательные.

Анализ отзывов

Положительные	Отрицательные
Компетентность специалистов – 60 %	Неудобный интерфейс официального сайта и отсутствие актуальной информации – 50 %
Скорость работы – 25 %	Большие денежные сборы при расчете тарифов – 30 %
Удобное расположение точек продаж – 15 %	Сбои в работе call-центра – 20 %

В работе выполнено исследование деятельности АО «Приморское агентство авиационных компаний», г. Владивосток. В теоретической части рассмотрен понятийно–категориальный аппарат исследования деятельности сервисного предприятия, рассмотрены определения понятий «Сервис» и «Сервисная деятельность» основные виды сервисной деятельности методы и критерии исследования деятельности предприятий сервиса. Для исследования было использовано определение «Сервис» В.К. Романовича: Сервис – особый вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг, востребованных отдельными людьми, социальными группами или организациями. В эмпирической части была дана характеристика АО «Приморское агентство авиационных компаний», г. Владивосток, выполнено исследование деятельности АО «Приморское агентство авиационных компаний», г. Владивосток методом PEST и SWOT-анализа. Для исследования анализа процесса обслуживания был выбран метод контактных точек.

1. Всероссийская сеть Билетур [сайт]. URL: <http://www.biletur.ru/>
2. PEST-анализ [сайт]. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/SWOT-анализ>
3. SWOT-анализ [сайт]. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/PEST-анализ>
4. Шаблон бизнес модели А. Остервальдера и И. Пинье. – Текст: электронный. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Канва_бизнес-модели
5. Неретина Т. Г. Организация сервисной деятельности. – Москва: Флинта. 2014. 702 с.
6. Романович Ж. А., Калачев С.Л. Сервисная деятельность. – Москва: Дашков и Ко, 2007. 268 с.
7. Руденко Л.Л. Сервисная деятельность. – Москва: Дашков и К°, 2012. 420 с.
8. Пузряков А.Ф., Ставровский М.Е., Олейник А.В. Технологические процессы в сервисе: учебное пособие для студентов вузов. – Москва: Альфа-М: ИНФРА-М, 2011. 240 с.

УДК 614.862:001.891.5

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРИОРИТЕТНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ АВИАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

К.Э. Коваль, бакалавр
И.А. Шеромова, д-р техн. наук, профессор

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. Исследование эффективных методов обеспечения безопасности в авиации остается весьма актуальным в наше время из-за ряда факторов, среди которых активизация деятельности экстремистских организаций на фоне общей политической обстановки в мире, рост числа пассажиров, появление новых технологий, обеспечивающих новые возможности для модернизации систем безопасности в авиации, глобальные тенденции, такие как стабильность и изменение климата, и др. Все это в значительной степени усложняет задачи обеспечения безопасности авиатransпортов и требует применения инновационных подходов к их решению.

Ключевые слова: авиация, инновации, авиационная безопасность, безопасность, современность.

RESEARCH OF PRIORITY DIRECTIONS FOR THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE SOLUTIONS FOR AVIATION SECURITY

Abstract. *The study of effective methods of ensuring safety in aviation remains very relevant nowadays due to a number of factors, including the intensification of the activities of extremist organizations against the background of the general political situation in the world, an increase in the number of passengers, the emergence of new technologies that provide new opportunities for the modernization of aviation security systems, global trends such as instability and climate change, etc. All this greatly complicates the tasks of ensuring the safety of air transportation and requires the use of innovative approaches to their solution.*

Keywords: *aviation, innovation, aviation safety, security, modernity.*

Авиационная промышленность быстро развивается, ставя задачи обеспечения безопасности авиаперевозок более сложными и обоснованными. Рост числа пассажиров и появление новых технологий также увеличивают потребность в более выгодных экономических решениях. Технологические прорывы, включая искусственный интеллект и беспилотные системы, открывают новые возможности для модернизации систем безопасности в авиации. Глобальные тенденции, такие как стабильность и изменение климата, также определяют направление поиска новых подходов к обеспечению безопасности. Террористическая угроза также является серьезной проблемой для авиационной промышленности. Террористические организации могут попытаться использовать самолеты и аэропорты в качестве целей для своих атак. Они могут пытаться взорвать самолеты в воздухе, атаковать аэропорты с помощью взрывчатых веществ или оружия, или даже захватывать самолеты и использовать их как оружие. Поэтому важно разрабатывать и внедрять эффективные меры безопасности, чтобы предотвратить такие атаки. Это может включать усиление контроля безопасности в аэропортах, использование передовых технологий обнаружения взрывчатых веществ и оружия, а также обучение персонала аэропорта и экипажей самолетов распознаванию и реагированию на потенциальные угрозы.

Объект исследования: авиационная безопасность.

Предмет исследования: приоритетные направления развития инновационных решений для обеспечения авиационной безопасности.

Цель исследования: провести анализ существующих инновационных решений в области авиационной безопасности и определить приоритетные направления их развития.

Методы исследования:

- анализ литературы и документов;
- интервьюирование экспертов и специалистов;
- систематический обзор научных статей и отчетов.

Научная новизна: данное исследование представляет собой комплексный анализ существующих инновационных решений в области авиационной безопасности и определяет приоритетные направления их развития. Предлагаемые рекомендации основаны на глубоком анализе текущей ситуации и учитывают глобальные тенденции, такие как стабильность и изменение климата. Это позволяет предложить новые подходы к обеспечению безопасности в авиационной промышленности, которые ранее не были исследованы.

Критерии оценки инновационной деятельности аэропорта в контексте авиационной безопасности включают следующие аспекты:

- эффективность;
- соответствие стандартам;
- надежность и устойчивость;
- защита данных;
- удобство использования;
- обучение и поддержка;
- стоимость внедрения и окупаемость.

Эффективность. Оценка эффективности инноваций в аэропорту может включать анализ того, насколько успешно они решают проблемы безопасности и улучшают процессы. Это может быть измерено через снижение количества инцидентов, повышение уровня безопасности и улучшение качества обслуживания пассажиров.

Соответствие стандартам. Инновации должны соответствовать международным стандартам и требованиям в области авиационной безопасности. Оценка может включать анализ того,

насколько инновации соответствуют стандартам и требованиям, например, таким как ИКАО (Международная организация гражданской авиации) и IATA (Международная ассоциация воздушного транспорта), а также Воздушному кодексу Российской Федерации.

Надежность и устойчивость. Инновации должны быть надежными и устойчивыми к возможным угрозам и атакам. Оценка может включать анализ того, насколько инновации способны противостоять различным видам угроз и обеспечивать непрерывность работы аэропорта.

Защита данных. Инновации в области кибербезопасности должны обеспечивать надежную защиту данных и информации, связанных с авиационной безопасностью. Оценка может включать анализ того, насколько инновации способны предотвращать утечки данных и обеспечивать конфиденциальность информации.

Удобство использования. Инновации должны быть удобными в использовании для операторов и сотрудников аэропорта. Оценка может включать анализ того, насколько инновации интуитивно понятны и просты в использовании, а также насколько они способствуют повышению эффективности работы.

Обучение и поддержка. Инновации должны быть сопровождаться соответствующим обучением и поддержкой для операторов и сотрудников аэропорта. Оценка может включать анализ того, насколько инновации обеспечивают необходимую подготовку и поддержку для эффективного использования.

Стоимость и окупаемость. Инновации должны быть экономически эффективными и иметь хорошую окупаемость. Оценка может включать анализ того, насколько инновации снижают затраты и повышают эффективность работы аэропорта, а также насколько они окупаются в долгосрочной перспективе.

Авиационная безопасность остается одной из приоритетных проблем в мировой авиационной индустрии. С каждым годом растет количество авиаперевозок и пассажиров, и вместе с тем возрастает потребность в современных и эффективных методах обеспечения безопасности полетов.

Рост авиапассажиропотока является ключевым вызовом для авиационной безопасности и требует постоянной адаптации со стороны аэропортов. Большое количество рейсов и пассажиров увеличивают сложность перевозок, авиакомпании и аэропорты должны следить за многими процессами и операциями, чтобы предотвратить возможные угрозы и риски. В условиях роста пассажиропотока авиакомпаний и аэропортов необходимо быть готовыми реагировать на события и угрозы быстро и эффективно. С увеличением числа пассажиров необходимо перейти от реактивных мер безопасности к проактивным. Это включает в себя использование аналитических данных и искусственного интеллекта для предварительного выявления угроз. Рост авиапассажиропотока обеспечивает обучение и развитие культуры безопасности среди персонала аэропортов. Это обеспечивает более высокую эффективность реагирования на различные ситуации. Рост числа пассажиров также требует необходимости сотрудничества между всеми участниками авиационной отрасли, авиакомпаниями, аэропортами, правительствами и другими организациями.

Технологические изменения играют ключевую роль в преобразовании методов обеспечения авиационной безопасности. Однако современные изменения в технологиях также создают трудности для авиационной безопасности. С ростом использования искусственного интеллекта (далее ИИ) и беспилотных летательных аппаратов (далее БПЛА) необходимо разработать строгие нормы и стандарты, а также обеспечить надежную защиту от кибератак и злоумышленных действий. Безопасность данных и конфиденциальность информации становятся более важной, чем когда-либо [1, с. 20].

Глобальные угрозы, такие как террористические акты и кибератаки, представляют собой серьезные вызовы для обеспечения авиационной безопасности в современном мире. С каждым годом эти угрозы становятся все более сложными и утонченными, требующими постоянного присутствия и инноваций в области безопасности авиации. Террористические акты на воздушном транспорте остаются одной из наиболее опасных угроз для авиационной отрасли. Террористы постоянно разрабатывают новые способы обхода существующих мер безопасности, включая использование новых технологий и химических веществ. Это вынуждает авиационную организацию постоянно обновлять и совершенствовать процедуры и системы безопасности.

Для предотвращения подобных явлений постоянно дополняются и совершенствуются меры по обеспечению авиационной безопасности. Актуальность этого подтверждается массовым проведением исследовательских работ и внедрения новаций в рассматриваемую сферу активности. Среди основных документов и правовых актов, регламентирующих деятельность, считается «Программа контроля качества в сфере обеспечения авиационной безопасности» и междуна-

ные стандарты. Основной целью последних считается внедрение и контроль над средствами обеспечения безопасности пассажиров, наземного персонала и экипажа самолетов [2].

Современные технологии играют решающую роль в преобразовании подходов к обеспечению авиационной безопасности, и среди них особенно выделяются искусственный интеллект (ИИ), беспилотные системы и биометрия.

Искусственный интеллект (ИИ) становится все более эффективным в сфере авиационной безопасности. Его способности анализировать большие объемы данных и выявлять аномалии позволяют авиакомпаниям и аэропортам прогнозировать потенциальные проблемы еще до их возникновения. ИИ может анализировать данные о пассажирах, грузах и даже работе бортовых систем, выявляя любые несоответствия стандартам безопасности. Это позволяет предпринимать активные меры и обеспечивать высший уровень безопасности для авиапассажиров [3, с. 92].

Беспилотные системы, включая беспилотные дроны, также играют немаловажную роль в обеспечении безопасности в авиации. Они используются для наблюдения за воздушными пространствами и обнаружения угроз. Беспилотные системы способны действовать в труднодоступных зонах, что делает их незаменимыми в поиске и спасении при аварийных ситуациях. Они обеспечивают надежное наблюдение за указанными пространствами, помогают предотвратить происшествия и реагировать на них.

В дополнение к этому, биометрия, такая как сканирование лиц и отпечатков пальцев, стала необходимостью обеспечения безопасности на этапе регистрации и посадки пассажиров. Благодаря биометрическим данным авиакомпания может снизить риск фальсификации и усилить контроль доступа к воздушному судну.

Автоматизация процессов. Автоматизация процессов в аэропорту, таких как регистрация пассажиров, проверка документов и багажа, может помочь снизить риск ошибок и повысить эффективность работы. Это также может помочь сократить время ожидания пассажиров и улучшить их опыт нахождения в аэропорту.

Кибербезопасность. С развитием цифровых технологий и интернета, кибербезопасность становится все более важной. Инновации в этой области, такие как системы обнаружения вторжений, многофакторная аутентификация и шифрование данных, могут помочь защитить информационные системы аэропорта от кибератак и утечек данных.

Анализ данных. Использование аналитических систем и алгоритмов машинного обучения для анализа больших объемов данных, собранных в аэропорту, может помочь выявить потенциальные угрозы и уязвимости. Это может помочь операторам принимать более информированные решения и быстро реагировать на возможные угрозы.

Эти инновации позволяют предвидеть и предотвращать потенциальные угрозы, обеспечивать надежный мониторинг воздушного пространства, делая авиацию еще более безопасной и эффективной для всех участников [4, с. 1235].

Инновации в области обеспечения авиационной безопасности играют решающую роль в современной авиационной отрасли и имеют огромное значение для обеспечения безопасности и эффективности воздушных перевозок. С развитием авиaperевозок и изменением характера угроз авиакомпания и аэропорты должны постоянно совершенствовать свои методы и подходы к обеспечению безопасности.

Современные технологии, такие как ИИ и беспилотные системы, предоставляют множество инструментов и возможностей для повышения безопасности в авиации. ИИ позволяет анализировать огромные объемы данных и заранее выявлять потенциальные угрозы, что делает возможные более точные и быстрые реакции на потенциальные аварии. Беспилотные системы используются для обнаружения угроз и проведения спасательных операций, что обеспечивает надежность и эффективность воздушных перевозок.

Кроме того, биометрия и другие инновации, такие как автоматизированные системы регистрации и посадки, сосуществуют с пассажирами и повышают безопасность на всех этапах.

Перспективы развития инноваций включают в себя повышение безопасности, эффективности и экономии в авиации. Инновации снижают затраты на обеспечение безопасности и помогают авиационным компаниям оптимизировать работу.

В целом, инновации в области авиационной безопасности позволяют обеспечить более высокий уровень безопасности, эффективности и устойчивости авиaperевозок. Они не только помогают предотвратить угрозы и реагировать на них, но и улучшают качество поездок для пассажиров, снижая затраты и оказываемое негативное воздействие на окружающую среду. Необходимость в

инновациях остается актуальной и важной для будущего авиационной безопасности и развития авиационной отрасли в целом.

1. Ворхлик Ю.А., Молодцова Е.Ю. Обеспечение безопасности на авиационном транспорте: проблемы стандартизации и реализации // Молодой ученый. – 2016. – № 6.1 (110.1). – С. 19-22.

2. Навин И. Аэропорт и авиационная безопасность. – Текст: электронный // Журнал международной борьбы с терроризмом и национальной безопасности. 2012. – URL: <https://www.ict.org.il/Article/1092/-Airport%20%20Aviation%20Security#gsc.tab=0> (дата обращения: 03.04.2024).

3. Стадник С.В. Инновационные технологии управления рисками в области обеспечения безопасности полетов // Вестник Московского университета МВД России, 2018. – № 10. – С. 89-97.

4. Кошелева Т.Н., Митрофанов С.В., Королёва Е.А. Экономико-правовые аспекты обеспечения безопасного обслуживания в сфере воздушного транспорта // Экономика, предпринимательство и право. – 2022. – Т. 12, № 4. – С. 1229-1244.

УДК 656.713.9.24

ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ И ОЦЕНОЧНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ КАЧЕСТВА ИНФОРМАЦИОННЫХ УСЛУГ АЭРОПОРТА

М.О. Комлева, бакалавр

И.А. Шеронова, д-р техн. наук, профессор

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Аннотация. В статье проведен анализ факторов, влияющих на качество информационных услуг аэропорта, и ключевых характеристик для оценки уровня их качества. Исследована роль информационных технологий в обеспечении качества информационных услуг аэропорта. По результатам оценки качества информационных услуг аэропорта, выполненной на базе АО «Международный аэропорт Владивосток», предложены рекомендации по повышению эффективности информационного обслуживания пассажиров.

Ключевые слова: аэропорт, информационное обслуживание, информационные услуги, качество информационных услуг, оценка качества.

FACTORS OF INFLUENCE AND EVALUATION CHARACTERISTICS OF THE QUALITY OF AIRPORT INFORMATION SERVICES

Abstract. The article analyzes the factors affecting the quality of airport information services and key characteristics for assessing the level of this quality. The role of information technologies in ensuring the quality of airport information services is investigated. Based on the results of the assessment of the quality of airport information services performed on the basis of JSC Vladivostok International Airport, recommendations are proposed to improve the efficiency of passenger information services.

Keywords: airport, information services, information services, quality of information services, quality assessment.

Актуальность исследования. Информационное обслуживание является важной составляющей сервисной деятельности аэропорта. Перечень информационных услуг, предоставляемых пассажирам в аэропорту, включает в себя обязательные и рекомендованные услуги, при этом перечень обязательных услуг строго регламентирован. Ассортимент рекомендованных услуг может варьироваться в разных аэропортах и зависит от различных факторов, например, от класса аэропорта, информационных потребностей пассажиров, транспортной доступности аэропорта и т.п.

От качества и доступности предоставляемой аэропортом информации во многом зависит удобство и комфорт пассажиров, их способность быстро сориентироваться в терминале и спланировать свои действия.

Сегодня подавляющее большинство аэропортов активно внедряет передовые информационные технологии и развивает каналы коммуникации с пассажирами. Однако для дальнейшего

повышения качества информационного обслуживания в аэропорту необходимо четкое понимание ключевых факторов влияния и формирование объективных критериев оценки качества информационных услуг. Все это и определяет актуальность темы настоящего исследования.

Объект исследования – информационные услуги аэропорта, а его **предмет** – факторы влияния и оценочные характеристики качества информационных услуг аэропорта.

Цель данной статьи – проанализировать структуру и содержание основных факторов, влияющих на качество информационных услуг в аэропорту, и сформировать перечень оценочных критериев, обеспечивающих проведение его объективной оценки.

Научная новизна исследования состоит в структурировании и адаптации общепринятых представлений о качестве информационных услуг сервисного предприятия, в том числе аэропорта, к цели настоящего исследования.

Исследование опирается на общие требования к качеству информационного обслуживания, отраженные в общепринятых в гражданской авиации стандартах качества, практический опыт аэропортов, результаты маркетинговых исследований.

Методология исследования. При проведении исследования использовались библиографический и социологический методы, в том числе анализ специальной литературы и нормативно-правовых документов, бенчмаркинг практик информационного обслуживания ведущих азиатских и европейских аэропортов, онлайн-опрос пассажиров по оценке различных параметров качества информационного сервиса, личные структурированные наблюдения автора за организацией информационных услуг в пассажирских терминалах аэропорта. Комбинация данных методов позволила получить разностороннюю и объективную картину по исследуемой проблематике и сформулировать релевантные выводы и рекомендации.

Результаты и обсуждение. Информационное обслуживание играет значимую роль в современном мире. Оно помогает людям получать необходимые им знания, дает способность быстро и эффективно искать информацию и использовать ее для решения разнообразных задач. Благодаря информационному обслуживанию, люди могут оставаться в курсе последних новостей, находить актуальные данные, анализировать информацию и принимать взвешенные решения [1].

Информационное обслуживание в аэропорту представляет собой неотъемлемый элемент сервисной деятельности, направленный на обеспечение пассажиров актуальной и полезной информацией на всех этапах их воздушного переезда. От качества информационного обслуживания зависит уровень удовлетворенности клиентов, их безопасность, а также общая эффективность аэропортовой инфраструктуры.

Информационное обслуживание охватывает разнообразные аспекты, начиная от предоставления точной информации о рейсах и статусах до организации навигации внутри аэропорта и рекомендаций по путешествию. При этом используются современные информационные технологии, такие как мобильные приложения, электронные табло, системы извещений и интерактивные информационные стойки.

Информационные услуги в контексте деятельности аэропорта представляют собой совокупность сервисов и технологий, направленных на обеспечение пассажиров и других участников авиационного процесса актуальной, точной и полезной информацией. Эти услуги играют ключевую роль в повышении уровня обслуживания, оптимизации процессов и обеспечении безопасности в аэропортовой среде. Информационные услуги в аэропорту направлены на то, чтобы сделать опыт путешествия для пассажиров максимально удобным, информативным и безопасным.

Информационные услуги включают в себя широкий спектр предложений, начиная от онлайн-систем регистрации и отслеживания статуса рейсов до автоматизированных информационных стоек в терминалах. Электронные посадочные талоны, мобильные приложения, системы уведомлений, электронные табло, и другие технологические решения создают удобное и эффективное взаимодействие между аэропортом и пассажирами. Информационные услуги в аэропорту делятся на обязательные и рекомендуемые. Перечень обязательных услуг строго регламентирован Федеральными авиационными правилами «Общие правила воздушных перевозок пассажиров, багажа, грузов и требования к обслуживанию пассажиров, грузоотправителей, грузополучателей», введенными в действие Приказом Минтранса России № 82 от 28.06.2007. Перечень рекомендуемых информационных услуг может варьироваться в зависимости от возможностей и предпочтений аэропорта.

Качество информационных услуг тесно связано с общим уровнем обслуживания в аэропорту. Объектами контроля качества авиационного предприятия являются задаваемые стандарты качества на данном предприятии. Стандарты качества закладываются в процессы наземного обслужива-

ния воздушных судов авиакомпаний, обслуживания пассажиров на всех этапах, обеспечения безопасности.

Факторы влияния на качество информационных услуг аэропорта представляют собой разнообразные аспекты, оказывающие воздействие на эффективность деятельности предприятия и удовлетворение потребностей пользователей в области информационного обслуживания. В соответствии общепринятой классификацией указанные факторы подразделяются на факторы внешние и внутренние.

Внешние факторы, влияющие на качество информационных услуг аэропорта, включают требования к качеству информационных услуг со стороны потребителей, конкурентов и научно-технического прогресса; деятельность поставщиков (провайдеров, энергетиков, образовательных учреждений, осуществляющих подготовку кадров для информационных служб аэропорта и т.п.); требования законодательства в области информационных услуг, в том числе и в аэропорту, и информационной безопасности и др. Аэропорт не имеет возможности управлять данными факторами, но должен обязательно учитывать при организации информационного обслуживания и формировании структуры и ассортимента информационных услуг.

Внутренними факторами, влияющими на качество информационных услуг аэропорта, можно и нужно управлять. Внутренние факторы включают в себя 4 группы факторов: технические и технологические (современная материальная база для информационного обслуживания пассажиров, обеспечивающая возможность и удобство пользования информацией и средствами ее предоставления всеми категориями пассажиров; применение передовых технологий информационного обслуживания, прежде всего, информационных технологий, позволяющих обеспечить доступ к огромному объему информации, в том числе в не времени и пространства); организационные (эффективный менеджмент в сфере информационного обслуживания); экономические (готовность и возможность у аэропорта вкладывать средства в реализацию мероприятий по улучшению качества информационного обслуживания пассажиров; наличие эффективной системы стимулирования персонала информационной службы аэропорта); социально-психологические (управление персоналом, в том числе набор и обучение персонала информационной службы аэропорта; квалификация персонала; условия труда).

На основании анализа факторов влияния и, базируясь на общепринятой структуре характеристик качества услуг (доступность, надежность, своевременность, полнота, безопасность, персонал), представляется возможным сформировать перечень критериев и оценочных характеристик для оценки качества информационных услуг аэропорта.

В таблице представлены критерии и оценочные характеристики, которые определяют, насколько эффективно аэропорт предоставляет и управляет информацией, необходимой для комфортного и безопасного путешествия пассажиров. При этом доступность информационных услуг предложено оценивать таким критерием как «Возможность и удобство пользования предоставляемой аэропортом информацией всеми категориями пассажиров». Для оценки надежности и полноты услуги может быть использован критерий «Точность и полнота предоставляемой информации». Своевременность оказания услуг предложено оценивать двумя критериями: «Использование и эффективность работы информационных систем» и «Оперативность реагирования на запросы и обработки информационных потоков». О безопасности предоставления услуг возможно судить по критерию «Безопасность информационных систем», а критерий «Персонал» целесообразно оценивать по квалификации и клиентоориентированность персонала аэропорта при оказании информационных услуг.

Таблица

Критерии и оценочные характеристики качества информационных услуг аэропорта

Критерии качества информационных услуг	Комплексные показатели качества информационных услуг	Оценочные характеристики
Использование и эффективность работы информационных систем	Использование современных технологий связи и информационных систем. Надежность и стабильность систем. Скорость обработки и передачи информации. Интеграция с другими транспортными и информационными сервисами.	Уровень автоматизации информационных процессов. Процент сбоев в работе информационных систем. Скорость реакции на запросы. Возможность перехода из информационной системы аэропорта в обще доступные информационные сервисы по гиперссылке

Критерии качества информационных услуг	Комплексные показатели качества информационных услуг	Оценочные характеристики
Точность и полнота предоставляемой информации	Актуальность предоставляемой информации Достоверность предоставляемой информации Достаточность объема предоставляемой информации	Регулярность и частота обновления информации. Частота встречаемости неточностей в предоставляемой информации. Наличие системы мониторинга достоверности информации, предоставляемой пассажирам Соответствие объема предоставляемой информации требованиям законодательства и нормативно-правовых документов Возможность получения информации в полном объеме в соответствии с потребностями пассажира
Возможность и удобство пользования предоставляемой аэропортом информацией всеми категориями пассажиров	Доступность размещения и простота восприятия информации Доступность информационных услуг для людей с ограниченными возможностями здоровья. Удобство пользования информационными системами.	Доступность мест размещения или предоставления информации Предоставление информации в удобной для восприятия форме Наличие специализированных услуг и/или условий предоставления услуг для инвалидов. Удобство навигации при использовании информационных систем
Оперативность реагирования на запросы и обработки информационных потоков	Эффективность работы персонала и систем обработки данных. Использование современных технологий для обработки запросов.	Время ожидания ответа на запрос. Процент успешно обработанных запросов. Уровень автоматизации процессов обработки запросов
Квалификация персонала и клиентоориентированность аэропорта при оказании информационных услуг	Подготовленность персонала к работе с клиентами при оказании информационных услуг. Наличие системы поддержки и помощи для пассажиров.	Наличие программ обучения персонала, в том числе в области клиентского сервиса. Уровень удовлетворенности пассажиров работой персонала. Наличие в ассортименте дополнительных инф услуг консультационной помощи в получении информации.
Безопасность информационных систем	Использование средств шифрования и защиты данных. Проактивные меры по предотвращению кибератак и утечек информации	Уровень защиты от киберугроз. Частота проверок на безопасность информационных систем.

Апробация результатов исследований была выполнена на базе Международного аэропорта «Владивосток» путем проведения опроса с использованием специально разработанной на основе этой системы критериев анкеты. Апробация показала эффективность использования предложенной системы оценочных характеристик для оценки качества информационных услуг аэропорта.

Что такое информационное обслуживание. – Текст: электронный. – URL: <https://obzorposudy.ru/polezno/cto-takoe-informacionnoe-obsluzivanie/>

АНАЛИЗ МОТИВАЦИОННЫХ АСПЕКТОВ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА СЕРВИСНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В СФЕРЕ ТРАНСПОРТА

Ю.В. Кравченко, бакалавр
Л.Ю. Фалько, канд. техн. наук, доцент

Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия

Аннотация. Статья посвящена поддержанию высокого уровня мотивации персонала на сервисных предприятиях в сфере транспорта на примере АО «Почта России». Рассмотрены такие факторы мотивирования трудовой деятельности как оплата труда, трудовой коллектив, рабочее место, руководство организации, служебная карьера, социальные гарантии и социальные блага. Установлены аспекты мотивации, не удовлетворяющие сотрудников и приводящие к высокой текучести кадров. Рекомендуется совершенствовать уровень мотивации персонала путем повышения уровня материального и нематериального поощрения; модернизации рабочих мест и оборудования; развития системы повышения квалификации, в том числе внедрения стажировок; изменения системы аттестации персонала.

Ключевые слова: сервисное предприятие, персонал, мотивация, мотив, мотивационный аспект, стимулирование.

ANALYSIS OF MOTIVATIONAL ASPECTS IN THE ACTIVITIES OF STAFF OF A SERVICE ENTERPRISE IN THE FIELD OF TRANSPORT

Abstract. The article is devoted to maintaining a high level of motivation of personnel at service enterprises in the field of transport on the example of JSC "Russian Post". Such factors of motivation of labor activity as remuneration, labor collective, workplace, management of the organization, official career, social guarantees and social benefits are considered. The aspects of motivation that do not satisfy employees and lead to high staff turnover have been identified. It is recommended to improve the level of staff motivation by increasing the level of material and non-material incentives; modernization of workplaces and equipment; development of a professional development system, including the introduction of internships; changes in the personnel certification system.

Keywords: service company, personnel, motivation, motive, motivational aspect, stimulation.

Создание правильной системы мотивации и выбор ее мотивационных аспектов не только способствуют достижению и повышению технико-экономических показателей компании, но и оказывают влияние на качество жизни работников, стремящихся удовлетворить свои потребности. Высокий уровень текучести кадров, недостаточный уровень трудовой дисциплины, неблагоприятные условия труда, отсутствие развития по карьерной лестнице, неудовлетворенность трудовой деятельностью, низкий уровень профессионализма сотрудников, отсутствие инициативы со стороны персонала, отрицательный морально-психологический климат в коллективе, неэффективность системы обучения или вовсе его отсутствие, отсутствие корпоративных ценностей и клиентского сервиса – все эти последствия свидетельствуют о неэффективности мотивационных аспектов.

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что правильно выстроенные мотивационные аспекты в деятельности персонала организации являются одним из ключевых факторов повышения уровня удовлетворенности персонала, роста производительности труда и достижения поставленных целей организации.

Научная новизна работы заключается в анализе мотивационных аспектов применительно к деятельности персонала сервисного предприятия в сфере транспорта.

Цель работы – анализ мотивационных аспектов в деятельности персонала сервисного предприятия в сфере транспорта на примере АО «Почта России».

Для достижения указанной цели поставлены следующие **задачи**:

– выявить теоретические аспекты исследования трудовой мотивации персонала на предприятии;

- исследовать мотивационные аспекты в деятельности сотрудников предприятия АО «Почта России»;
- разработать рекомендации по совершенствованию мотивации сотрудников предприятия АО «Почта России».

Объект исследования – мотивация персонала.

Предмет исследования – мотивационные аспекты в деятельности персонала сервисного предприятия в сфере транспорта.

При написании работы использован ряд теоретических и эмпирических **методов исследования**: библиографический метод, включающий изучение теоретической базы в виде литературы, а также социологический метод, включающий в себя опрос в форме анкетирования и тестирование методикой «Персонал предприятия и удовлетворенность трудом».

Для решения первой задачи, связанной с выявлением теоретических аспектов трудовой мотивации сотрудников, необходимо рассмотреть такие понятия как «мотивация», «мотив» и «стимулирование».

Проанализировав труды отечественных ученых, можно сказать, что понятие «мотивация» имеет неоднозначную трактовку и рассматривается в двух основных значениях: как субъективного процесса формирования побудительных сил к труду и как внешнего воздействия на работника с целью побуждения его трудиться. Трактовки данного понятия и их авторы представлены в табл. 1.

Таблица 1

Трактовки понятия «мотивация»

Мотивация как субъективный процесс формирования побудительных сил к труду	
Автор	Определение понятия «мотивация»
Герчиков В.И.	Мотивация выступает как основной компонент самосознания работника, определяющий его отношение и поведение в труде, его реакции на конкретные условия труда.
Магура М.И., Курбатова М.Б.	Мотивация – это внутренне состояние человека, связанное с потребностями, которое активизирует, стимулирует и направляет его действия к поставленной цели.
Дятлов В.А., Кибанов А.Я.	Мотивация – это стремление работника удовлетворить свои потребности (получить определенные блага) посредством трудовой деятельности.
Мотивация как внешнее воздействие на работника с целью побуждения его трудиться	
Соломанидина Т.О., Соломанидин В.Г.	Мотивация – это создание таких условий, регулирующих трудовые отношения, в рамках которых у работника появляется потребность самоотверженно трудиться, поскольку это для него единственный путь достижения своего оптимума в удовлетворении потребностей.
Волгина Н.А., Одегова Ю.Г.	Под мотивацией понимается процесс, механизм, действия со стороны государства, органов управления предприятием и т.д., побуждающие кого-либо (отдельного человека или группу людей) к деятельности для достижения конкретных целей и результатов.

Рассматривая термин «мотивация», исследователи отмечают важность понятия «мотив», которое, по мнению А. Н. Леонтьева, «опредмеченная потребность» [3]. Мотив является чем-то, что вызывает определенные действия человека, его внутренние и внешние движущие силы. Структура мотива труда состоит из следующих элементов:

- потребность, нуждающаяся в удовлетворении сотрудником;
- благо, способное удовлетворить потребность;
- трудовое действие, необходимое для получения блага;
- цена – издержки материального и морального характера, связанные с осуществлением трудового действия.

Сильным побудительным элементом, вызывающим действие, является стимул. Следовательно, стимулирование – это процесс, который регулирует воздействие на работника факторов внешней среды с целью повышения его трудовой активности [1].

Анализ требований к содержанию стимулирующих систем в практике Российских предприятий показал, что для разработки системы мотивации и выбора ее мотивационных аспектов, необходимо придерживаться следующих форм стимулирования [5]:

Материальное денежное стимулирование: заработная плата, бонусы, планы дополнительных выплат (подарки, покрытие личных расходов, связанных с работой);

Материальное неденежное стимулирование: оплата транспортных расходов/обслуживание собственным транспортом, организация питания, стипендиальные программы, программы обучения и медицинского обслуживания, медицинское страхование, прочие льготы и компенсации;

Нематериальное стимулирование: стимулирование свободным временем, стимулирование, регулирующее поведение работника на основе выражения общественного признания.

Для эффективности мотивационных аспектов и полного удовлетворения сотрудников ими необходимо на постоянной основе анализировать обратную связь от подчиненных и с учетом пожеланий в разумных пределах корректировать систему мотивации.

По мнению А. П. Егоршина, основными методами мотивирования трудовой деятельности являются оплата труда, трудовой коллектив, рабочее место, руководство организации, служебная карьера, социальные гарантии и социальные блага [2].

В теоретическом исследовании рассмотрены содержательные и процессуальные теории мотивации и теории управления человеком в организации. Их значимость заключается в том, что, благодаря им менеджеры имеют представление о том, что заставляет сотрудника работать эффективнее и как лучше управлять персоналом. Обоснован выбор методики для проведения эмпирического исследования, исходя из значимости по области и глубине исследования, а также частоте применения в практике управления персоналом. Методики исследования мотивации в трудовой деятельности позволяют оценить уровень мотивации сотрудников и получить информацию об их удовлетворенности/неудовлетворенности, и определить направления, по которым стоит работать над улучшением системы стимулирования персонала. Для проведения эмпирического исследования использованы опрос в форме анкетирования и методика «Персонал предприятия и удовлетворенность трудом».

АО «Почта России» – оператор российской почтовой связи общего пользования, главной задачей которого является сохранение коммуникационной связанности граждан на территории всей страны и гарантированная доставка в любой город/село писем, посылок, денежных средств и товаров [4].

В отделении почтовой связи (далее – ОПС) АО «Почта России» среди сотрудников выделяют производственный персонал, непосредственно принимающий участие в обслуживании и производственном процессе, и вспомогательный персонал, создающий условия для воспроизводства своих коллег – производственного персонала. Организационная структура ОПС представлена на рисунке.

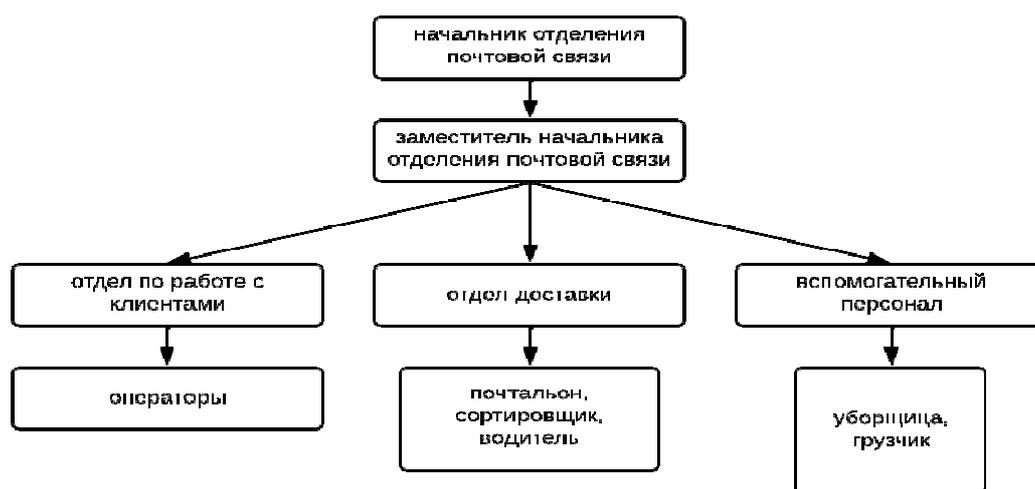


Рис. Организационная структура ОПС

Основными методами стимулирования труда на предприятии АО «Почта России» являются:

1) материальные выплаты, состоящие из основных выплат, фиксированных дополнительных выплат, нефиксированных дополнительных выплат и прочих выплат;

2) нематериальные выплаты.

Для исследования удовлетворенности персонала ОПС АО «Почта России» трудовой деятельностью проведен опрос в форме анкетирования, в котором приняли участие 118 сотрудников: 73

из них – сотрудники отдела по работе с клиентами, 22 – сотрудники отдела доставки, 15 – начальники ОПС и 8 человек – технический отдел. Шкала от 1 до 5, где «5» – полностью удовлетворен, «1» – полностью не удовлетворен. Проанализировав ответы респондентов, выявлены как положительные, так и отрицательные аспекты, представленные в табл. 2.

Таблица 2

Результаты исследования удовлетворенности персонала ОПС АО «Почта России» трудовой деятельностью

Показатель	Оценка				
	1	2	3	4	5
Удовлетворенность нынешним местом работы (организацией)	33	23	15	24	23
Удовлетворенность занимаемой должностью	42	12	20	20	24
Удовлетворенность условиями труда:					
Оснащенность;	34	30	16	17	21
Санитарно-гигиенические условия;	6	10	5	44	53
Количество расходных материалов;	16	21	11	40	30
Состав и объем трудовых функций	25	13	19	40	21
Удовлетворенность рабочим графиком	38	29	11	18	22
Удовлетворенность различными факторами:					
Заработная плата	44	31	12	13	18
Бонусы, льготы, премии, социальный пакет	39	27	22	15	15
Разнообразие и сложность повседневных задач	23	19	20	32	24
Психологический климат в коллективе	9	9	12	26	62
Комфортный, современный офис	29	46	15	13	15
Перспективы профессионального роста	20	19	13	29	38
Удовлетворенность стилем и методами управления со стороны руководства	8	13	13	43	41
Удовлетворенность соответствием заданий руководства вашим обязанностям	39	21	16	24	18
Удовлетворенность качеством обучения	47	38	10	18	14

Основными показателями неудовлетворенности являются рабочий график, заработная плата и социальный пакет, современность и комфортность офиса, а также качество обучения. Но для точного выявления и определения проблем, присутствующих в ОПС, использована методика «Персонал предприятия и удовлетворенность трудом», созданная сотрудниками НИИ Министерства труда и социального развития РФ. В исследовании приняли участие 30 сотрудников. Показатели с отрицательным значением свидетельствуют о неудовлетворенности сотрудников данными факторами. Такими показателями являются: содержание работы, организация условий труда, материальное и нематериальное стимулирование.

Проанализировав двумя методами удовлетворенность персонала отделений почтовой связи различными показателями, выявлены наиболее проблемные области, связанные с мотивацией персонала:

- низкий уровень материального и нематериального поощрения сотрудников;
- отсутствие необходимых условий труда;
- неэффективность системы обучения;
- отсутствие механизма оценки уровня мотивации.

Предложены следующие рекомендации по повышению мотивации сотрудников ОПС АО «Почта России»:

1) увеличение заработной платы путем принятия членами правления разумных решений касательно финансовой составляющей предприятия; разработка системы критериев оценки социальной деятельности и соответствующих мер поощрения;

2) замена устаревшего оборудования и мебели; косметический ремонт помещений; создание комнаты отдыха для персонала;

3) регулярное повышение квалификации персонала и внедрение стажировок; введение системы наставничества; проведение стратегических сессий;

4) изменение системы аттестации персонала, уделяя внимание получению обратной связи от сотрудников и оценке уровня удовлетворенности трудом с целью выявления проблемных зон предприятия и уровня мотивированности персонала.

Эти и другие мероприятия могут помочь в повышении замотивированности и эффективности сотрудников.

Таким образом, в ходе анализа мотивационных аспектов в деятельности персонала сервисных предприятий в сфере транспорта был выявлен низкий уровень удовлетворенности сотрудников ОПС АО «Почта России» различными мотивационными аспектами, вызывающий текучесть кадров. Положительным сотрудники оценивают следующие факторы мотивирования трудовой деятельности:

– условия труда, а именно: санитарно-гигиенические условия и количество расходных материалов;

– трудовой коллектив и психологический климат в коллективе;

– перспективы профессионального роста;

– руководство организации и его стиль и методы управления.

Члены правления предприятия ставят перед ним огромные цели и планы, которые достигаются не без помощи сотрудников. Поэтому, для достижения поставленных целей, необходим соответствующий уровень мотивации сотрудников. Как показало исследование, проведенное различными методами, на данный момент мотивация сотрудников неэффективна и требует детальной проработки и изменения.

По результатам проведенного исследования разработаны рекомендации по совершенствованию мотивации сотрудников ОПС АО «Почта России».

1. Алехина О.Е. Стимулирование развития работников организации. Управление персоналом. – Москва: ЭКСМО, 2012. – 38 с.

2. Егоршин А. П. Управление персоналом. – Москва: НИМБ, 2003. – 720 с.

3. Ильин Е. П. Мотивация и мотивы. – Санкт-Петербург: Питер, 2006. – 512 с.

4. Почта России – Текст: электронный. – URL: <https://www.pochta.ru/>

5. Трудовой кодекс Российской Федерации – Текст: электронный. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/

УДК 614.862

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРАКТИВНЫХ МЕТОДОВ В ПРОФИЛАКТИКЕ ТРАНСПОРТНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ДЛЯ ШКОЛЬНИКОВ 16–18 ЛЕТ

Н.А. Ларкина, бакалавр

Л.А. Мельникова, канд. культурологии, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. В статье рассмотрены способы использования интерактивных методов в профилактике безопасности на железнодорожном транспорте для учащихся в возрасте 16–18 лет, как наиболее активной группы подростков самостоятельно, пользующиеся железнодорожным транспортом.

Ключевые слова: интерактивные методы, безопасность на железнодорожном транспорте, профилактика, старше школьники, образовательная программа.

THE USE OF INTERACTIVE METHODS IN THE PREVENTION OF TRANSPORT SAFETY FOR SCHOOLCHILDREN AGED 16–18 YEARS

Abstract. *The article discusses ways of using interactive methods in the prevention of safety on railway transport for students aged 16–18 years, as the most active group of teenagers who independently use railway transport.*

Keywords: *interactive methods, safety in railway transport, prevention, high school students, educational program.*

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что железнодорожный транспорт играет важную роль в современном обществе, предоставляя комфортный и безопасный вариант передвижения для пассажиров как пригородного, так и дальнего следования. В то же время, железная дорога – это зона повышенной опасности, особенно для школьников.

Существует немало образовательных программ и методических рекомендаций по транспортной безопасности для педагогов, в том числе от компании «РЖД», однако большинство работ направлено на дошкольников и учащихся начальных классов. В связи с этим, целью исследования является разработка дополнительной образовательной программы для учеников 9–11 классов, направленной на изучение правил и законов, установленных в отношении объектов железнодорожной инфраструктуры, и получение практических навыков, которые помогут старшим школьникам безопасно и эффективно пользоваться железнодорожным транспортом.

Объект исследования – интерактивные методы обучения.

Предмет исследования – интерактивные методы в профилактике транспортной безопасности для учащихся 16–18 лет.

Цель научной работы – разработать и апробировать программу по профилактике транспортной безопасности для школьников 16–18 лет с применением интерактивных методов.

Задачи данной исследовательской работы:

1. Выявить сущностные характеристики понятия «интерактивные методы обучения».
2. Определить особенности восприятия и поведения учащихся 16–18 лет.
3. Выделить значимость профилактики безопасности на железнодорожном транспорте.
4. Разработать и апробировать программу по профилактике безопасности на железнодорожном транспорте.

Методология исследования: аксиологический подход, структурно-функциональный подход, библиографический метод, социологический метод в виде анкетирования и др.

Вопрос о безопасности на железнодорожных объектах, в том числе профилактика детского травматизма, рассматривается и регламентируется рядом нормативных документов, среди которых можно выделить федеральный закон от 09.02.2007 № 16-ФЗ, приказ Министерства транспорта Российской Федерации от 23.07.2015 № 227, приказ Министерства транспорта РФ от 05.09.2022 № 352, устав железнодорожного транспорта Российской Федерации от 10 января 2003 г. № 18-ФЗ, приказ Минтранса РФ, ФСБ РФ и МВД РФ от 5 марта 2010 г. № 52/112/134, постановление Правительства РФ от 15 ноября 2014 г. № 1208, а также ряд других нормативных актов. Рассмотрение вышеуказанных нормативных документов дает общее представление о правилах безопасности, установленных на железнодорожном транспорте, однако вызывают сложность в усвоении материала по технике безопасности при пользовании объектами железнодорожной инфраструктуры.

Эффективность и усвояемость преподносимой учителем информации зависит от способа подачи материала, то есть от применяемых методов. Именно качество и понятность передачи знаний играют ключевую роль в процессе обучения.

Существует несколько подходов к определению понятия «метод обучения», Ю.К. Бабанский рассматривает его как «способ взаимосвязанной деятельности учителя и учеников, направленный на решение комплекса задач учебного процесса», И.П. Подласый говорит о «совокупности путей и способов достижения целей, решения задач образования», Винценты Оконь подразумевает под методом обучения – «опробованную и систематически функционирующую структуру деятельности учителей и учащихся, сознательно реализуемую с целью осуществления запрограммированных изменений в личности учащихся» [1, 2, 3].

Классификация методов бывает разной, со стороны дидактики выделяют словесные методы – чтение лекций, книг, проведение бесед и дискуссий, наглядные, а также практические методы – творческие задания, письменные и практические работы. Разделяют методы и по виду достигае-

мой цели: приобретение знаний, формирование умений и навыков, дальнейшее их применение, творческая деятельность, закрепление и проверка знаний.

В настоящее время все большее внимание уделяется именно интерактивным методам обучения. Интерактивный («Inter» – это «между» или «взаимный», «act» – «действовать» и «вести себя») означает взаимодействовать, находиться в режиме беседы, диалога с кем-либо. Из определения слова становится понятно, что такие методы построены на активном диалоговом обучении между учениками и учителем. Задачами интерактивных форм обучения заключаются в пробуждении интереса, повышении эффективности усвоения учебного материала, предоставлении возможности самостоятельного поиска учащимися путей и вариантов решения задач, обучении работе в команде, формировании у обучающихся собственного мнения.

Наиболее распространенными вариантами интерактивного обучения являются тренинг, мозговой штурм, дебаты, инцидент.

Таблица

Интерактивные методы подачи материала

Название интерактивного метода	Суть метода	Преимущества использования метода	Недостатки использования метода
Тренинг	Метод, направленный на получение практических навыков через групповые занятия, либо лично с тренером. Отличие от лекции заключается в участие упражнений и заданий.	Быстрая оценка знаний и умений. Разбор реальных практических ситуаций. Вовлечение и погружение в задачу. Быстрое формирование навыков для решения проблемы.	Трудоемкость составления тренинга. Требуется определенны уровень знаний.
Мозговой штурм	Генерация творческих идей в группе для решения проблемы.	Развитие навыка социального взаимодействия, образного мышления. Получение опыта решения задач с помощью творческого подхода.	Неспособность посмотреть на проблему с творческой стороны. Боязнь показаться смешным.
Дебаты	Один из видов дискуссии, где два ученика или же группа рассматривают несколько точек зрения по одно теме.	Повышении заинтересованности и более глубоком изучении материала. Способ развития коммуникационных навыков. Возможность научиться регулировать собственное эмоциональное состояние. Навык убедительной речи.	Возникновение конфликтов, возможен переход на личные оскорбления. Состояние стресса в случае невозможности привести аргумент. Боязни публичных выступлений.
Инцидент	Предоставляется возможность рассмотреть реальное событие, ученики должны сами попытаться предложить пути решения.	Развивает навык выявления и формулировки проблемы и умение собирать и анализировать информацию.	Быстрота в принятии решений может привести к поверхностной диагностике и к неэффективному решению.

Кроме рассмотренных выше наиболее популярных методов существуют и другие, и какие использовать каждый педагог определяет сам, но важно при выборе придерживаться следующих принципов:

- оптимальности – один метод не сможет решить все поставленные задачи;
- возрастные и индивидуальные особенности – элемент игровой формы среди младших школьников более важен, чем для старшеклассников;
- психологические особенности – методы подразумевающие самостоятельную работу не повысят коммуникабельность учащегося.

Одним из основных принципов является особенность восприятия и развития возраста. Восприятие представляет собой интерпретацию объекта познавательной деятельности на основании имеющихся знаний и жизненного опыта, оно полагается на такие репрезентативные системы как: зрение, слух, ощущение, обоняние и осязание. Обучение неотделимо от памяти – комплекса способностей по фиксации, сохранению, воспроизведению и переработке человеком разнообразной информации [4].

Для каждого возраста существуют свои особенности восприятия информации, процесс получения знаний напрямую зависит от понимания их сути, а также является залогом успешной учебной деятельности у школьников наравне со способностью к быстрому переключению и концентрации внимания на материале.

Младшим школьникам (6–10 лет) свойственно воспринимать информацию конкретно и непосредственно. Дети этой возрастной группы предпочитают визуальные пособия, рисунки и схемы, которые помогают им лучше понять предметы изучения. Они, как правило, интересуются наглядными примерами и игровыми формами обучения [5].

Подростки или средние школьники (11–14 лет) уже обладают более развитыми когнитивными способностями и мыслят абстрактно. Восприятие информации у них связано с образами и ассоциациями, они начинают задавать уточняющие вопросы. Образовательная среда для средних школьников должна быть структурированной, но не ограничивать свободу исследований и позволять анализировать новую информацию [6].

Старшие школьники (15–18 лет) способны к критическому мышлению, они начинают интересоваться более сложными концепциями. Восприятие информации у них связано с анализом, оценкой и синтезом. Они способны увидеть связь между различными идеями и концепциями, а также на основе аргументов делать логические выводы. Старшеклассники наиболее открыты для обсуждения, дебатов и самостоятельных исследований, образовательная среда для них должна предоставлять возможность развивать критическое мышление, аналитические навыки и способности к самостоятельной работе [7].

Возрастная группа 16–18 лет была выбрана не случайно, по результатам статистики, предоставленной главой Министерства РФ по развитию Дальнего Востока и Арктики Алексеем Чекуновым на Восточном экономическом форуме в 2022 году 40% абитуриентов поступают в вузы за пределами ДФО [8].

Данный процент указывает, что меньше половины старших школьников будут вынуждены столкнуться с особенностями железнодорожного транспорта пригородного и дальнего следования. Профилактика безопасности является важным инструментом в борьбе с железнодорожным травматизмом. В целях предотвращения чрезвычайных ситуаций реализуются многочисленные меры, создание образовательных программ способствуют снижению рисков и повышению уровня безопасности.

Для выявления заинтересованности старших школьников в дополнительной образовательной программе по безопасности на железнодорожном транспорте был проведен опрос среди учеников общеобразовательных школ Хабаровского и Приморского края. Опрос прошли 52 респондента среди которых 28,8% обучающиеся 9 классов, 32,7% – 10 классов и оставшиеся 38,5% ученики 11 классов.

Наиболее распространенными мероприятиями и мерами в сфере профилактики безопасности на железнодорожном транспорте в школах являются лекции о безопасности, информация в рамках дисциплины «Основы безопасности жизнедеятельности» и показ видео о правилах поведения на объектах железнодорожной инфраструктуры.

На вопрос «Нравится ли вам формат донесения информации о безопасности на железнодорожном транспорте?» 61,5% респондентов ответили, что желают увеличить количество интерактивных мероприятий по данной теме, а также что часто преподносимая информация «сухая и неинтересная» – 46,2%.

По мнению учеников, для улучшения уровня осведомленности о безопасности на железнодорожном транспорте могут быть эффективны: различные учебные игры, прохождения интерактивных квестов по теме и выезды на экскурсию на железнодорожные станции и вокзалы, так же отметили полезность советов, которые могли бы пригодиться в будущем при посещении железнодорожных объектов.

55,8% учащихся заинтересованы в прохождении дополнительно образовательной программы при условии реализации ее через игровой формат, еще 23,1% выразили желание узнать информацию о своих правах и обязанностях как пассажира.

Основываясь на результатах проведенного опроса, была создана образовательная программа по профилактике безопасности на железнодорожном транспорте для учащихся 16–18 лет, с использованием интерактивных методов. Новизна программы обусловлена тем, что имеющиеся образовательные программы по профилактике травматизма направлены на Правила дорожного движения возрастной категории младшего и среднего возраста, то время как старшие школьники (9–11 класс) вынуждены знакомиться с информацией в том же формате, который для них является

скучным и «детским», к тому же правила дорожного движения были ранее ими усвоены, а вот область железнодорожной безопасности является менее изученной. Данная программа позволяет ознакомиться с нормативными документами, регулирующими права и обязанности пешеходов и пассажиров, обучая будущих выпускников правилам безопасного и правопослушного поведения на железнодорожном транспорте.

Тестовое мероприятие было проведено 21 марта 2024 года среди студентов первого курса Колледжа индустрии моды и красоты направления «Техника и искусство фотографии», участие приняли 29 человек в возрасте от 16 до 17 лет.

В начале состоялось знакомство с участниками и разделение их на две команды, после чего студенты ответили на такие вопросы как «Что для вас безопасность?», «Знакомы ли с понятием транспортная безопасность?», «Как часто пользуетесь железнодорожным транспортом?», «Возникли ли проблемы при получении транспортных(железнодорожных) услуг?». На основе полученных ответов стало понятно, что у аудитории имеется представление о базовых правилах, однако некоторые указали на то, что ни разу не пользовались железнодорожным транспортом. Наибольшую популярность имеют маршруты пригородного сообщения, всего семь человек когда-либо совершали поездку на поезде дальнего следования.

Теоретическая часть программы началась с ознакомления основополагающих документов в сфере транспортной безопасности, первым стал федеральный закон от 9 февраля 2007 г. № 16-ФЗ «О транспортной безопасности», рассмотрены были только основные понятия, цель обеспечения транспортной безопасности и установленный перечень потенциальных угроз актов незаконного вмешательства, далее изучены обязанности физических лиц, следующих либо находящихся на объекте транспортной инфраструктуры или транспортном средстве, закрепленные в постановлении Правительства РФ от 15 ноября 2014 г. № 1208.

Процедуре входного досмотра было уделено особое внимание, из приказа Министерства транспорта РФ от 23 июля 2015 г. № 227 была выделена информация о досмотре, о целях и порядке его прохождения и о запрещенных и ограниченных к перемещению предметах и веществах. Из федерального закона от 10 января 2003 г. № 17-ФЗ была взята информация о инфраструктуре железнодорожного транспорта, ее составляющих и особенностях этих объектов. Первая часть программы завершалась изучением общей информации об открытом акционерном обществе «Российские железные дороги» и ООО «РЖД-Транспортная безопасность», в которую входили рассмотрение целей, задач и миссии компаний, а также предоставляемые услуги подразделениями транспортной безопасности.

Для закрепления изученной информации первый раздел программы оценивается тестированием в виде «Квиза», суть которого заключается в выборе одного правильного ответа из четырех представленных на поставленный вопрос. Вопросы полностью совпадают с изученной информацией, для участников такой формат проверки остаточных знаний является комфортным, позволяет отдохнуть от информации, которая транслировалась в аудиальном формате. Вторым практическим заданием по этому блоку стал кроссворд, состоящий из 10 вопросов.

Следующая теоретическая часть посвящена правилам перевозок пассажиров, багажа, грузобагажа железнодорожным транспортом, которые регулируются приказом Министерства транспорта РФ от 5 сентября 2022 г. № 352. Второй раздел программы оценивался так же прохождением «Квиза» по положениям из приказа Министерства транспорта РФ № 352.

Весь основной материал дублировался на слухе презентации для лучшего усвоения студентами, которые относятся к типу воспринимающих информацию в визуальном формате, затраченное на проведение время составило 1,5 часа.

Анализируя мероприятие можно сделать следующие выводы:

- не всю подготовленную информацию следует зачитывать полностью, многое обучающиеся знают и при использовании наводящих вопросов могут сами дать определение некоторым понятиям;
- времени на запланированную игру по выявление запрещенных предметов и веществ, изображенных на рентгеноскопических снимках, не хватило, однако было проведено ознакомление с основными изображениями, а также не была решена ситуационная задача по основной информации в билете;
- нужно четко распределять время на блоки, при условии, что на программу выделено 1,5 часа, то первая часть должна занимать 25–30 минут, 10 минут на прохождение «Квиза», 5 минут на решение кроссворда, 25–30 минут – вторая теоретическая часть, 10 минут – второе тестирование, оставшиеся 10–15 минут отводятся на проработку ситуационных задач и сбор обратной связи;
- наилучшее количество человек в команде до 10–12 участников.

27 марта 2024 года состоялось второе мероприятие, доработанное на основании выявленных ранее проблем. Участие приняли обучающиеся первого курса группы СОПК-23 Колледжа индустрии моды и красоты направления «Реклама» в количестве 25 человек возрастной категории 16–18 лет. Его итогом стало успешное освоение всего подготовленного материала, таким образом существенно сократилось время и увеличилась включенность аудитории с введением уточняющих вопросов. Информация проще усваивалась и закреплялась, когда выходила за рамки «лекции» и переходила в диалог с включением уточнений, благодаря чему группа укладывалась в отведенные временные рамки и успела рассмотреть ситуационные задачи, многие отметили, что подробный разбор проездного документа был полезен.

Проведенные мероприятия 3 и 9 апреля 2024 года у групп СОТИК-23-П1 и СОТИК-23-К1 (16–17 лет) и групп СОПК-22-1, СОПК-22-2 и СОПК-22-3 (17–18 лет) подтвердили, что оптимальное количество участников составляет до 25 человек. Так 10 обучающихся из групп первого курса направления «Технология индустрии красоты» по профилю «косметики» и «парикмахеры» были разделены по 5 человек, что увеличивало время на ответ в «Квизе» и решение кроссворда. В свою очередь, группы второго курса направления «Реклама» в количестве 45 человек и поделенные на 23 и 22 человека не могли задействовать всех членов команды.

В конце каждого мероприятия учащихся просили дать обратную связь и написать отзыв, всего поучаствовало в опросе 60 участников. По результатам опроса видно, что 96,7% участников считают полученную информацию полезной.

Для респондентов новым материалом являлись положения о проездном документе и возможности возврата билетов, на что указывает 31 и 26 голосов, но исходя из рис. 1, и уголовная ответственность и особенности пригородного и дальнего сообщения интересуют не меньше.

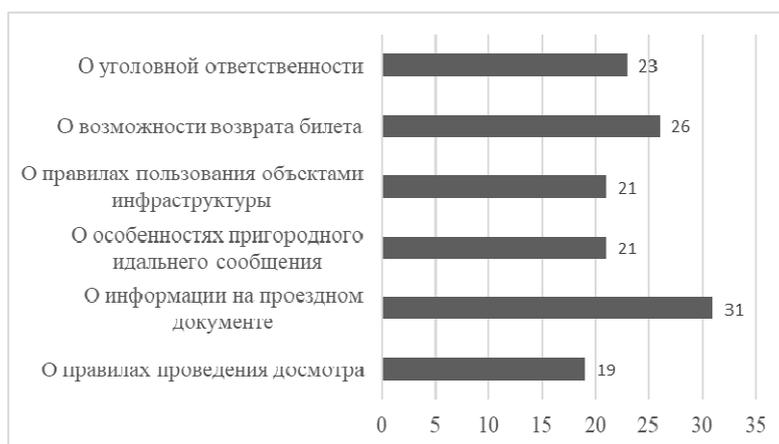


Рис. 1. Ответы на вопрос «Какие положения были неизвестны?»

Тестирование в форме «Квиза» больше всего вызывает отклик у аудитории, как во время самого мероприятия, так и по результатам опроса, 42 раза данный пункт был выбран респондентами, что доказывает положительное влияние использования интерактивных методов (рис. 2).

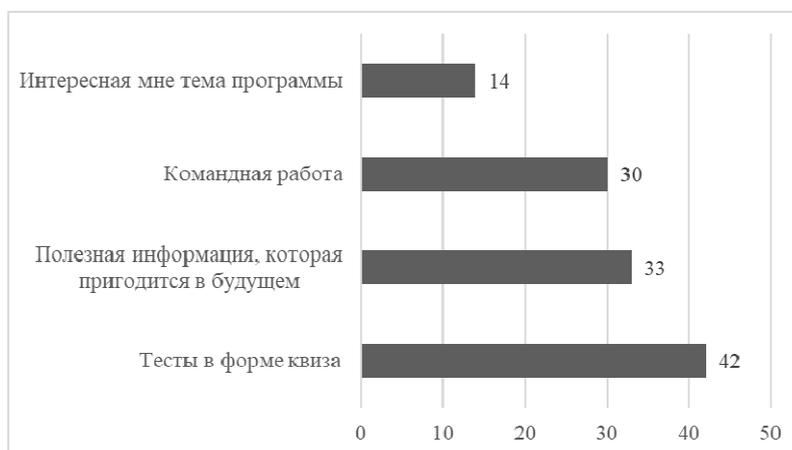


Рис. 2. Ответы на вопрос «Что понравилось больше всего?»

Представленная на рисунке 3 диаграмма показывает, что 93,3% опрошенных заинтересованы в увеличении количества используемых интерактивных методов в процессе обучения, а не только во время мероприятий.



Рис. 3. Ответы на вопрос «Хотели бы вы, чтобы в процессе обучения было больше интерактивных методов?»

В конце опроса было оставлено место для отзывов в свободной форме, на рисунке 4 изображены несколько из них, так же по таким комментариям как: «Я никогда не ездила на поездах и поэтому мне было интересно узнать что-то новое о таком виде транспорта. Квизы и прочий интерактив – очень понравились!» становится понятно, что стоит продолжать освещение темы профилактики на железнодорожном транспорте, так как есть учащиеся, которым требуется не только напоминание о правилах безопасности, но и полное ознакомление с деятельностью железнодорожной инфраструктуры.

Здесь вы можете указать, что вам особенно понравилось или не понравилось, а так же просто отзыв в целом о занятии

18 ответов

Командная работа
Было интересно)
Всё классно
Очень классно , всё понравилось (рассказывают интересно)
мне всё понравилось
Интересно рассказано, много новой и полезной информации, интересные квизы, всё понравилось
мне понравилось проходить тест квиз, это очень интересно

Рис. 4. Отзывы о программе в свободной форме

Анализируя результаты обратной связи после проведения мероприятия по профилактике железнодорожного травматизма, можно сделать вывод, что учащиеся в возрасте 16–18 лет заинтересованы в получении информации, которая непосредственно касается их прав и обязанностей на объектах железнодорожной инфраструктуры.

По результатам тестирования после каждого теоретического блока, можно сделать вывод, что цель программы, заключающаяся в систематизации знаний старших школьников о правилах, установленных на объектах железнодорожной инфраструктуры, привитие навыков правильного поведения на железнодорожном транспорте и определение ответственности за совершенные правонарушения, была достигнута, участники давали 95–97% верных ответов в каждом блоке.

Таким образом, разработанная и апробированная программа по профилактике транспортной безопасности показала, что для школьников 16–18 лет применение интерактивных методов позитивно влияет на восприятие такой сложной информации как безопасность на транспорте.

1. Бабанский Ю.К. Избранные педагогические труды. – Москва: Педагогика, 1989. – 558 с.
2. Подласый И.П. Педагогика: 100 вопросов – 100 ответов: учебное пособие для вузов. – Москва: ВЛАДОС-пресс, 2004. – 365 с
3. Оконь В. Введение в общую дидактику. – Москва: Высшая школа, 1990. – 381 с.
4. Круглов Ю.Г. Креативная педагогика. Методология, теория, практика: монография. – 6-е изд. / ред.: В.В. Попов. – Москва: Лаборатория знаний, 2021. – 322 с.
5. Кулагина И.Ю. Психология детей младшего школьного возраста: учебник и практикум для среднего профессионального образования. – Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 291 с.
6. Брусенцева Д.М., Дуленко В.Р., Курило М.В. Особенности социализации подростковой молодежи в условиях развития информационных компьютерных технологий // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки: сб. науч. ст. – Краснодар, 2019. – С. 29-32.
7. Матюхина М.В., Михальчик Т.С., Прокина Н.Ф. Возрастная и педагогическая психология: учебное пособие для студентов педагогических институтов по специальности № 2121 «Педагогика и методика начального обучения». – Москва: Просвещение, 1984. – 256 с.
8. Число студентов на Дальнем Востоке сократилось в 1,3 раза за шесть лет. – Текст: электронный // ТАСС. – 2022. – 6 сентября. – URL: <https://tass.ru/obschestvo/15663789/> (дата обращения: 05.01.2022)

УДК 338.465.4

АНАЛИЗ ТРЕБОВАНИЙ К ОРГАНИЗАЦИИ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВ АВИАКОМПАНИЙ

М.Р. Мавлютов, бакалавр
И.А. Слесарчук, канд. техн. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. В настоящее время управление сервисной деятельностью представительств авиакомпаний, играющих важную роль в формировании имиджа авиакомпаний в целом, значительно затруднено из-за отсутствия системности в оценке. В статье на основе анализа нормативных актов систематизированы требования к организации сервисной деятельности представительств авиакомпаний, позволяющие обоснованно производить ее оценку и более эффективно осуществлять обслуживание пассажиров.

Ключевые слова: сервисная деятельность, представительства авиакомпаний, нормативные требования, обслуживание пассажиров.

ANALYSIS OF REQUIREMENTS FOR THE ORGANIZATION OF SERVICE ACTIVITIES AIRLINE REPRESENTATIVE OFFICES

Abstract. Currently, the management of the service activities of airline representative offices, which play an important role in shaping the image of airlines as a whole, is significantly difficult due to the lack of consistency in the assessment. Based on the analysis of regulatory acts, the article systematizes the requirements for the organization of service activities of airline representative offices, which make it possible to reasonably assess it and provide more efficient passenger service.

Keywords: service activities, airline representative offices, regulatory requirements, passenger service.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что сервисные услуги, предоставляемые представительством авиакомпаний, играют важную роль в работе с пассажирами. В настоящее время существует устойчивое представление, что деятельность авиакомпании характеризуется в основном обслуживанием пассажиров на борту воздушного судна. Однако качественный сервис и первое впечатление о путешествии начинаются с взаимодействия с представительством.

Авиакомпании уделяют большое внимание своей репутации, которая основана на строгом контроле качества предоставляемых услуг в соответствии с нормативными требованиями. Сфера обслуживания в авиации имеет обширную нормативную базу, и все услуги на различных стадиях обслуживания должны соответствовать установленным стандартам. Однако из-за изобилия разрозненных документов, регламентирующих деятельность представительства авиакомпании, процедура оценки качества предоставления услуг значительно затруднена, что влечет за собой негативные последствия для сервисной деятельности авиапредприятия.

Исследование специализированной литературы и мнения пассажиров относительно предоставления сервисных услуг через представительства авиакомпаний показало, что, хотя исследования по совершенствованию отдельных аспектов сервиса и изучению потребностей пассажиров уже проводились, объем информации, необходимый для тщательного контроля за предоставлением сервисов в соответствии с нормами, до сих пор не был систематизирован.

Научная новизна данного исследования заключается в структурировании и систематизации нормативных требований, регламентирующих сервисную деятельность представительств авиакомпаний.

Целью работы является анализ требований к организации сервисной деятельности представительств авиакомпаний.

Для достижения заданной цели решался ряд задач: проанализировать нормативные документы, устанавливающие стандарты в сфере сервисной деятельности представительств авиакомпаний и определить ключевые показатели в процессе обслуживания пассажиров.

Для этого в работе использован структурно-функциональный подход и различные теоретические и экспериментальные методы исследования, включая анализ, сравнение, наблюдение и систематизацию.

На первом этапе исследования согласно профстандарту 17.123 Представитель авиационного предприятия-перевозчика [1] выявлены функциональные обязанности сотрудников представительств авиакомпаний при осуществлении сервисной деятельности, представленные на рис. 1 в виде укрупненной схемы. Основными функциями представительства служит выполнение комплекса работ по обслуживанию воздушной перевозки авиационного предприятия-перевозчика, а также организация производственной и коммерческой деятельности авиапредприятия. Каждый блок функциональных обязанностей предусматривает достаточно большой перечень строго регламентируемых трудовых действий представителей.



Рис. 1. Укрупненная схема функциональных обязанностей сотрудников представительств авиакомпаний

Дальнейшая детализация и анализ трудовых действий сотрудников представительств авиакомпаний-перевозчиков позволил сформировать перечень элементов процесса обслуживания для оценки сервисной деятельности представительств авиакомпаний [2] (рис. 2).

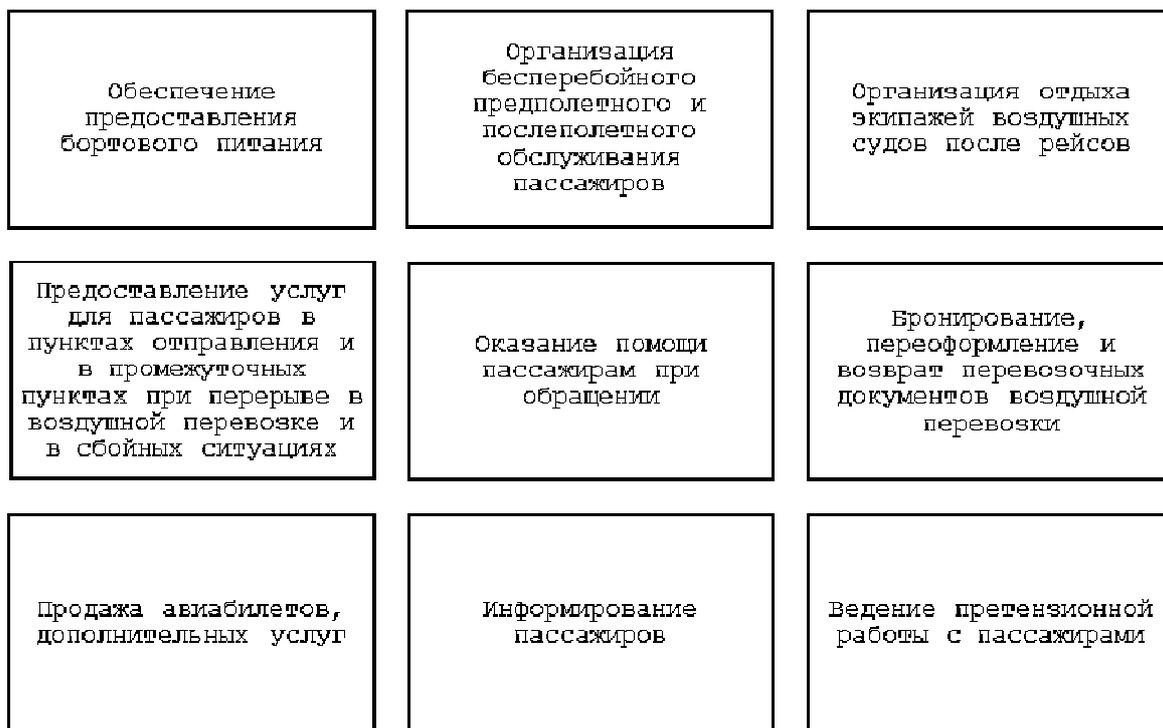


Рис. 2. Элементы процесса обслуживания для оценки сервисной деятельности представительств авиакомпаний

Далее на основе анализа нормативной документации для каждого элемента процесса обслуживания пассажиров представительств авиакомпаний установлены нормативные требования [3] (фрагмент для элемента «обеспечение предоставления бортового питания» представлен в таблице и предложены соответствующие им методы оценки. В основном это анализ служебной документации и социологические методы (опрос в форме анкетирования, интервьюирования).

Таблица

Нормативные требования к осуществлению обслуживания по обеспечению предоставления бортового питания

Элемент процесса обслуживания	Нормативные требования	Метод оценки
Обеспечение предоставления бортового питания	<p>Предоставление Поставщику бортпитания</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) диаграммы загрузки бортового питания и программы полетов ВС – не позднее 14 календарных дней до планируемого выполнения рейсов; 2) предварительного заказа – 24 часа до времени вылета по расписанию; 3) корректирующего заказа (только в сторону увеличения) – 10 часов до времени вылета по расписанию; 4) дополнительного заказа – за 01 час 30 мин. по холодному питанию и за 3 часа по горячему питанию (не более 5 порций Бизнес класса и 10 порций Эконом. Класса) без права возврата 	Анализ служебной документации

Анализ существующих требований к элементам процесса обслуживания пассажиров показал, что деятельность по предоставлению сервисных услуг и функционирование представительств авиакомпаний-перевозчиков подвержены обширному регулированию многочисленными нормативными документами [4].

Из-за объема информации и отсутствия ее системности могут упускаться значимые требования, что может негативно сказываться на обслуживании пассажиров на аэровокзале. Разработанная таблица успешно апробирована на примере представительства ПАО «Аэрофлот», г. Владивосток, и может быть рекомендована к использованию в качестве чек-листа для проверки соответ-

вия оказываемых услуг требованиям нормативных актов при оценке качества обслуживания пассажиров представительством авиакомпании.

1. Профстандарт 17.123 Представитель авиационного предприятия-перевозчика. – Текст: электронный. URL: <https://classinform.ru/profstandarty/17.123-predstavitel-aviacionnogo-predpriatia-perevozchika.html>

2. Руководство по организации наземного обслуживания. Руководство по деятельности-ГД-018 изд. 05 436 от 29.09.2023

3. Стандарт организации. Обслуживание пассажиров ПАО «Аэрофлот» 29.7 Обеспечение бортовым питанием рейсов ДЗАК, выполняющей рейсы под коммерческим управлением ПАО «Аэрофлот» 80 от 03.03.2017.

4. Стандарт организации. Обслуживание пассажиров ПАО «Аэрофлот» 14.1. Требования к персоналу, непосредственно взаимодействующему с пассажирами и клиентами авиакомпании при предоставлении услуг от 16.04.2021.

УДК 331.104.22

ВЛИЯНИЕ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА НА ФОРМИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО КЛИМАТА В КОЛЛЕКТИВЕ

А.О. Мартынова, бакалавр
И.А. Шеромова, д-р техн. наук, профессор

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Аннотация. *Статья посвящена выявлению взаимосвязи между элементами системы управления персоналом, прежде всего, системой мотивации и социально-психологическим климатом в коллективе.*

Ключевые слова: *психологический климат, коллектив, управление персоналом, система мотивации персонала.*

INFLUENCE OF THE PERSONNEL MOTIVATION SYSTEM ON THE FORMATION OF SOCIAL AND PSYCHOLOGICAL CLIMATE IN THE TEAM

Abstract. *The article is devoted to the identification of clear interrelations between the elements of the personnel management system, its components, and the socio-psychological climate of the team.*

Keywords: *psychological climate, team, personnel management, personnel motivation system.*

Актуальность исследования. Одним из ключевых аспектов, влияющих на социально-психологический климат коллектива, является система мотивации персонала. Вопрос необходимости исследования взаимосвязи этих двух систем определяется тем, что социально-психологический климат, также, как и система мотивации, обуславливает потенциал эффективности работы организации, отражая складывающиеся взаимоотношения сотрудников, как между собой, так и с руководством. Таким образом, социально-психологический климат является важнейшим фактором эффективности деятельности предприятия и исследование его взаимосвязи с системой мотивации персонала имеет основополагающее значение.

Научная новизна работы состоит в определении характера влияния системы мотивации персонала на социально-психологический климат коллектива.

Объектом исследования выступает социально-психологический климат в коллективе, а его **предметом** – влияние системы мотивации персонала на формирование социально-психологического климата в коллективе.

Целью работы является исследование и выявление возможных взаимосвязей между системой мотивации персонала и социально-психологическим климатом с целью повышения эффек-

тивности деятельности предприятия. Для достижения поставленной цели важно решить ряд **задач**, а именно:

- проанализировать теоретические аспекты формирования социально-психологического климата и выявить основные его критерии;
- провести исследование понятия «Система мотивации персонала» и методов мотивации;
- выявить влияние системы мотивации персонала на формирование социально-психологического климата в коллективе и дать рекомендации по ее совершенствованию.

Основным **методом исследования** является библиографический метод.

Главным ресурсом любой организации, от качества и эффективности использования которого во многом зависят результаты деятельности, является персонал. От него в большой степени зависит успех компании в конкурентной борьбе. В связи с этим в настоящее время увеличивается интерес к проблеме управления персоналом в социально-психологическом аспекте, а именно проблеме выстраивания взаимоотношений внутри коллектива организации, как между сотрудниками, так и между персоналом и руководством.

В отечественной социальной психологии впервые термин «психологический климат» использовал Н.С. Мансуров, который изучал производственные коллективы. Психологический климат, по его мнению, – это эмоциональная окраска психологических связей членов коллектива, возникающая на основе близости, симпатии, совпадения характеров, интересов, склонностей. Также проблемой социально-психологического климата в коллективе занимались В.М. Шепель, А.Н. Лутошкин, Е.С. Кузьмин, Б.Д. Парыгин, А.А. Русалинова, и многие другие авторы. На практике многочисленными исследованиями уже подтверждено, что высокий уровень удовлетворенности своей профессиональной деятельностью имеет, безусловно, благотворное влияние на работу персонала, сотрудники работают гораздо эффективнее в тех организациях, где царит спокойствие, атмосфера доверия и доброжелательности.

Исходя из этого, следует выделить основные критерии, по которым может быть определен уровень благоприятности социально–психологического климата, а именно: уровень вовлеченности сотрудников в работу, степень сработанности, наличие/отсутствие конфликтов, уровень лояльности коллектива, уровень текучести кадров, характер соперничества и конкуренции и т.д.

Каждый сотрудник, имея свои индивидуальные особенности, влияет на социально-психологический климат, но и социально-психологический климат, в свою очередь, оказывает воздействие на членов коллектива. В то же время эффективная трудовая деятельность человека тесно связана с системой мотивации, следовательно, для создания условий продуктивной трудовой деятельности в коллективе необходимо сделать так, чтобы личные цели отдельного работника совпали с целями коллектива, то есть, существовала эффективная мотивация. Таким образом, одним из главных факторов, влияющих на формирование позитивной атмосферы в трудовом коллективе и, соответственно, на социально-психологический климат, является система мотивации персонала.

Понятие системы мотивации, в свою очередь, изучалась в работах Е.П. Ильина, А.Н. Леонтьева, А.В. Петровского, К.К. Платонова и других известных отечественных авторов.

Мотивация – это понятие, используемое для объяснения последовательности поведенческих действий, направленных на определенную цель, которая может меняться в зависимости от различных обстоятельств, ситуаций.

Другими словами, система мотивации – это механизм постоянно повторяющегося процесса повышения производительности сотрудников организации через использование стимулов в реализации существующих и возникающих (изменившихся) в процессе работы потребностей сотрудников организации.

Среди методов мотивации персонала выделяют две основные группы – материальные и нематериальные методы. Материальные методы мотивации включают в себя финансовые поощрения, такие как премии, бонусы, повышение заработной платы. Нематериальные методы мотивации могут быть связаны с поощрением и признанием со стороны руководства, возможностью роста и развития в карьере, социальной поддержкой и т. д.

Можно выделить следующие оценочные критерии, отражающие содержание высокой мотивации персонала:

- повышенная вовлеченность;
- высокая степень сработанности;
- отсутствие конфликтов в коллективе;
- повышенная лояльность;
- отсутствие текучести кадров;

– здоровое соперничество и конкуренция, которая стимулирует персонал на эффективную работу.

Система мотивации существенно влияет на социально-психологический климат коллектива. Она может, как способствовать созданию позитивной и продуктивной атмосферы, так и негативно воздействовать на отношения между членами коллектива.

Благодаря выявлению критериев оценки уровня социально-психологического климата и оценочных характеристик высокой мотивации персонала, возможно установить и рассмотреть более углубленное фактическое влияние системы мотивации персонала на социально-психологический климат коллектива, которое представлено ниже в табл. 1.

Таблица 1

Анализ влияния системы мотивации персонала на формирование социально-психологического климата

Критерий социально-психологического климата	Влияние системы мотивации
Уровень вовлеченности сотрудников	Система мотивации играет важную роль в уровне вовлеченности сотрудников. Хорошо продуманная система может повысить вовлеченность, признавая и вознаграждая усилия сотрудников, связывая их цели с целями организации и создавая позитивную рабочую среду, то есть благоприятный социально-психологический климат. С другой стороны, несправедливая или неэффективная система может снизить уровень вовлеченности в работу, что ведет к ухудшению качества работы.
Степень сработанности	Система мотивации важна с точки зрения формирования эффективной команды, поскольку мотивированные сотрудники работают с большей ответственностью, создается атмосфера в команде, где каждый работник чувствует себя нужным и ценным, благодаря этому складывается благоприятный социально-психологический климат. Отсутствие правильно выстроенной системы мотивации ведет к ухудшению уровня степени сработанности, следовательно, и к ухудшению социально-психологического климата коллектива.
Наличие/отсутствие конфликтов	Справедливая и прозрачная система мотивации устраняет неопределенность и несправедливость в коллективе, способствует созданию среды, где сотрудники имеют возможность открыто общаться и разрешать сложившиеся конфликты конструктивным образом, что характеризует позитивный социально-психологический климат в коллективе. Несправедливая система мотивации способствует созданию неблагоприятной среды, повышается конфликтность.
Уровень лояльности сотрудников	Хорошо проработанная система мотивации может повысить уровень лояльности сотрудников. Когда они чувствуют, что их ценят и вознаграждают за их усилия, они с большей вероятностью останутся в организации. Это способствует стабильности и создает благоприятный социально-психологический климат. Недостаточные вознаграждения, отсутствие возможностей для профессионального роста и развития, а также несправедливое распределение поощрений могут быть причиной низкого уровня лояльности сотрудников и причиной формирования неблагоприятного социально-психологического климата в коллективе.
Уровень текучести кадров	Система мотивации персонала имеет большое влияние на уровень текучести кадров, корректно подобранные стимулы действуют как на удержание персонала, так и на повышение уровня лояльности сотрудников. Несправедливая или неэффективная система мотивации персонала может повысить уровень текучести кадров, что приведет к ухудшению социально-психологического климата и эффективности организации.
Характер соперничества/конкуренции	Система мотивации может существенно влиять на характер конкуренции персонала. Хорошо разработанная система мотивации может способствовать здоровой конкуренции, в то время как несправедливая или неэффективная система может привести к нездоровой конкуренции, что сказывается на формировании социально – психологического климата коллектива.

Выполненный анализ влияния системы мотивации персонала на формирование социально-психологического климата позволяет сформулировать ряд общих рекомендаций по выбору методов мотивации персонала, которые даны в табл. 2. Данные рекомендации за счет совершенствования системы мотивации персонала позволят сформировать наиболее благоприятный социально-психологический климат в коллективе или же усовершенствовать его.

Общие рекомендации по выбору методов мотивации персонала

Критерий благоприятного социально-психологического климата	Возможные методы мотивации персонала
Повышенная вовлеченность сотрудников	Устная публичная похвала, письменная благодарность, материальные выплаты в виде премий
Высокая степень сработанности	Установление четких каналов связи, проведение различных тренингов на тему сплочения, сработанности, разработка четких целей и ценностей организации.
Отсутствие конфликтов	Установление четких договоренностей, отсутствие смешивания обязанностей и зон ответственности, проведение корпоративных мероприятий, возможность предоставления обратной связи.
Повышенная лояльность	Создание корпоративной культуры, причастность сотрудников к принятию решений, предоставление различных льгот и социального пакета работникам.
Отсутствие повышенной текучести кадров	Устная публичная похвала, письменная благодарность, материальные выплаты в виде премий.
Экологичное соперничество и конкуренция	Обучения навыкам межличностного общения, организация мероприятий по формированию команды и социального взаимодействия, которые помогают сотрудникам строить здоровые отношения.

Таким образом, можно сделать вывод, что социально-психологический климат и успешная система мотивации взаимосвязаны между собой. Социально-психологический климат создает условия для роста и развития сотрудников, а система мотивации является результатом этих условий. Вместе они способствуют увеличению производительности и эффективности работы организации.

1. Дружинин А.Г., Дорофеева И.Н. Мотивация и стимулирование труда: учебно-методическое пособие. – Москва: НИЦ Инфра-М, 2019. – 42 с.

2. Кузьмина Н.В., Завьялов В.Г. Мотивация и стимулирование персонала: учебник для вузов. – Москва: Издательство Юрайт, 2018. – 29 с.

УДК 642.57

ПОКАЗАТЕЛИ КАЧЕСТВА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ В ТОЧКАХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В АЭРОПОРТУ

М.А. Мусатова, бакалавр
И.А. Слесарчук, канд. тех. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Аннотация. Наряду с развитием воздушных перевозок возрастает значение обслуживания предприятиями общественного питания аэровокзала. Услуги общественного питания, как и другие услуги аэропорта, нуждаются в контроле и улучшении качества. В статье на основе анализа нормативной документации определены требования, предъявляемые к услугам общественного питания, как в общем контексте, так и конкретно для аэропорта.

Ключевые слова: услуги общественного питания, нормативные требования, показатели качества, аэропорт.

INDICATORS OF THE QUALITY OF SERVICE PROVISION AT PUBLIC CATERING POINTS AT THE AIRPORT

Abstract. Along with the development of air transportation, the importance of catering services at the airport terminal is increasing. Catering services, like other airport services, need quality control and improvement. Based on the analysis of regulatory documentation, the article defines the requirements for public catering services both in the general context and specifically for the airport.

Keywords: catering services, regulatory requirements, quality indicators, airport.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что сектор услуг общественного питания играет важную роль для пассажиров аэропорта. Это связано с необходимостью удовлетворения естественных потребностей человека в еде при порой длительном нахождении пассажира в замкнутом пространстве здания аэровокзала. Поскольку точки общественного питания в аэропорту служат важнейшим элементом формирования позитивного имиджа аэропорта, целью их деятельности является оперативное и качественное предоставление питания и сервисного обслуживания. В результате анализа специализированной литературы выявлена проблема отсутствия методики для оценки качества услуг общественного питания конкретно для аэропорта.

Научная новизна исследования заключается в систематизации нормативных требований, регламентирующих деятельность точек общественного питания на территории аэровокзала и разработки системы показателей для оценки качества их услуг применительно к аэропорту.

Целью работы является изучение требований и разработка показателей для оценки качества услуг общественного питания в аэропорту.

Задачами для достижения поставленной цели явились: выявление особенностей услуг общественного питания с учетом специфики аэропортов; разработка методики для оценки качества услуг общественного питания в аэропорту.

В процессе исследования использован системный подход и ряд теоретических и эмпирических **методов**: анализ, синтез, библиографический (анализ специальной литературы и нормативно-правовой документации).

В результате анализа нормативной документации [10] выявлено, что услуги общественного питания, как и любая другая услуга(товар), должны отвечать требованиям, которые приведены в табл. 1

Таблица 1

Общие требования к услугам общественного питания

Требование	Характеристика
Социальной адресности	обеспеченность услугами общественного питания и доступность для потребителей различных категорий, соответствие услуг ожиданиям потребителей, включая ассортимент предлагаемой продукции, метод и форму обслуживания, профессиональный уровень обслуживающего персонала, номенклатуру оказываемых услуг.
Функциональной пригодности	– точность и своевременность оказания услуг, включая соблюдение установленного режима работы предприятия, соблюдение ассортиментного перечня реализуемых блюд, изделий и напитков, соответствие времени оказания услуг, времени ожидания заказа, обслуживания потребителей и прочее; – обеспечение условий для выбора потребителем услуг различных видов; – соответствие обслуживающего персонала профессиональному назначению, в том числе компетентность и квалификация персонала, умение общаться с потребителями, знание и соблюдение профессиональной этики поведения.
Безопасности	обеспечение безопасных условий для жизни и здоровья потребителей, сохранность их имущества, соблюдение действующих правил оказания услуг общественного питания, установленных нормативными правовыми актами Российской Федерации, и требований нормативных документов федеральных органов исполнительной власти в части безопасности.
Эргономичности	соответствие условий обслуживания и применяемых в процессе обслуживания мебели, оборудования гигиеническим, антропометрическим и физиологическим возможностям потребителей.
Эстетичности	стилевое единство, гармоничность дизайна помещений для потребителей и условий обслуживания, в том числе внешний вид персонала, оформление меню, сервировку стола, оформление и подачу блюд и напитков, и так далее.
Информативности	полное, достоверное и своевременное информирование потребителя обо всех предоставляемых услугах в зале и вне зала предприятия, обеспечивающее возможность их правильного выбора, а также информацию об изготовляемой и реализуемой продукции общественного питания.
Гибкость	способность услуг изменяться в соответствии с изменяющимися требованиями и условиями.

На втором этапе исследования выявлено, что услуги общественного питания в аэропорту имеют определенные особенности, связанные, прежде всего, с фактором ограниченности времени предоставления услуги. С учетом выявленных особенностей и на основе анализа нормативной документации, регламентирующей требования к услугам общественного питания, с использова-

нием методики выявления относительного качества услуги [6] определены показатели для оценки качества услуг общественного питания в аэропорту, приведенные в табл. 2.

Таблица 2

Показатели качества услуг общественного питания в аэропорту

Требования	Показатели качества	
	1-го уровня	2-го уровня
Социальной адресности	1.1 обеспеченность услугами общественного питания и доступность для разных категорий посетителей	1.1.1 наличие мест для людей с ограниченными возможностями 1.1.2 наличие детского меню 1.1.3 удобство расположения предприятия 1.1.4 наличие достаточного количества точек общественного питания и их доступность
	1.2 соответствие услуг ожиданиям потребителя	1.2.1 широта ассортимента предлагаемых блюд и напитков 1.2.2 достаточность мест общественного питания в аэропорту 1.2.2 разнообразие методов обслуживания приемлемых для аэропортов 1.2.3 профессиональный уровень обслуживания персонала 1.2.4 разнообразие услуг общественного питания
Функциональной пригодности	2.1 точность и своевременность оказания услуги	2.1.1 режим работы предприятия 2.1.2 время оказания услуги 2.1.3 соответствие перечня ассортимента блюд меню 2.1.4 качество блюд и напитков 2.1.5 организация питания в сбойных ситуациях
	2.2 соответствие обслуживающего персонала профессиональному назначению	2.2.1 профессиональные компетенции персонала 2.2.2 соблюдение санитарно-гигиенических норм обслуживания
Безопасности	3.1 обеспечение безопасных условий для жизни и здоровья потребителя, сохранность их имущества	3.1.1 наличие видеокамер и гардероба 3.1.2 соблюдение требований пожарной безопасности 3.1.3 соблюдение требований экологической безопасности для блюд
Эргономичности	4.1 соответствие условий обслуживания и применяемых в процессе обслуживания мебели, оборудования гигиеническим, антропометрическим и физиологическим возможностям потребителей	4.1.1 материально – техническое оснащение 4.1.2 комфортность мебели 4.1.3 соблюдение санитарно-гигиенических норм в помещении
Эстетичности	5.1 стилевое единство, гармоничность дизайна помещений для потребителей и условий обслуживания	5.1.1 интерьер и дизайн помещения 5.1.2 внешний вид персонала 5.1.3 оформление меню 5.1.4 сервировка стола 5.1.5 стиль обслуживания
Информативность	6.1 полное, достоверное и своевременное информирование потребителя обо всех предоставляемых услугах в зале и вне зала предприятия	6.1.1 компетентность персонала 6.1.2 полнота содержания информации о блюдах и напитках 6.1.3 доступность формы предоставления информации
Гибкость	7.1 изменения услуги в соответствии с новыми требованиями и условиями	7.1.1 современность и инновационность способов, технологий обслуживания

Для каждого разработанного показателя определены нормативные требования в соответствии с документацией [1-11]. В табл. 3 в качестве примера представлены требования к показателю «время оказания услуги» согласно нормативному документу «ВНТП 3-81. Ведомственные нормы технологического проектирования аэровокзалов аэропортов».

Таблица 3

Требования к показателю «время оказания услуги»

Показатель	Требования	Нормативная документация
2.1.2 время оказания услуги	в ресторане – 40 мин.; 2. в кафе с самообслуживанием – 20 мин.; 3. в буфете – 10 мин.; 4. в служебной столовой – 20 мин	ВНТП 3-81. Ведомственные нормы технологического проектирования аэровокзалов аэропортов.

Таким образом, установлено, что услуги общественного питания в аэропорту имеют определенную специфику и регламентированы достаточно большой нормативной базой. Однако до сих пор отсутствует конкретная методика контроля, поддержания и совершенствования качества услуг общественного питания. На основе полученных результатов проведенных исследований для обоснованной оценки качества предоставления услуг на предприятиях общественного питания в аэропорту разработан чек-лист, который апробирован при проведении аудита точек общественного питания АО «Международный аэропорт Владивосток».

1. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая)» от 26.01.1996 № 14-ФЗ. Статья 468. «Последствия нарушения условия об ассортименте товаров» – Текст: электронный. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_9027/e9129374a53943e07d6e398c389820e813059c96/
2. «СанПиН 2.3/2.4.3590-20.Санитарно-эпидемиологические требования к организации общественного питания населения». – Текст: электронный. URL: https://sh-celinnaya-oosh-156.gosweb.gosuslugi.ru/netcat_files/32/315/sanpin_2.3.2.4.3590_20.pdf
3. СНиП 21-01-97. «Пожарная безопасность зданий и сооружений» от 13.02.1997 № 18 – Текст: электронный. URL: <https://spbinstitute.ru/upload/iblock/677/677592398f7be63aef5c0b2bb0c6abe7.pdf>
4. ВНТП 3-81. Ведомственные нормы технологического проектирования аэровокзалов аэропортов. – Текст: электронный. URL: <https://base.garant.ru/71770514/>
5. ГОСТ 32692-2014 Межгосударственный стандарт. «Услуги общественного питания. Общие требования к методам и формам обслуживания на предприятиях общественного питания» // ССПС «Гарант». – Текст: электронный. – URL: <https://base.garant.ru/70815588/>
6. Подколзина П.Д., Бысова Т.В. Методы и методики оценки качества услуг общественного питания. // ФГБОУ ВО «Курский государственный университет». – Текст: электронный. – URL: <https://scienceforum.ru/2019/article/2018012616>
7. Об утверждении Правил оказания услуг общественного питания: Постановление Правительства РФ от 21 сентября 2020 г. № 1515. – Текст: электронный. URL: <https://base.garant.ru/74687276/>
8. СП 478.1325800.2019. «Здания и комплексы аэровокзальные. Правила проектирования» // ССПС «Гарант». – Текст: электронный. – URL: <https://base.garant.ru/74652884/>
9. СП 59.13330.2012. «Доступность зданий и сооружений для маломобильных групп населения. Актуализированная редакция СНиП 35-01-2001», утвержденный Приказом Минрегиона России от 27 декабря 2011 г. № 605 // ССПС «КонсультантПлюс». – Текст: электронный. – URL: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online>.
10. Услуги общественного питания. Общие требования. Межгосударственный стандарт ГОСТ 31984-2012: введен в действие приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 27 июня 2013 г. N 192-ст // ССПС «Гарант». – Текст: электронный. – URL: <https://base.garant.ru/70815588/>
11. Федеральный закон РФ от 24.11. 1995 №181 – ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» статья 15. – Текст: электронный. URL: <http://schl4psk.ru/docs/regulations/fz181-24111995.pdf>

АНАЛИЗ ИМИДЖЕВЫХ ХАРАКТЕРИСТИК АО «МЕЖДУНАРОДНЫЙ АЭРОПОРТ ВЛАДИВОСТОК», г. АРТЁМ В КОНТЕКСТЕ ЕГО ПРОДВИЖЕНИЯ

С.А. Олейник, бакалавр
Л.Ю. Фалько, канд. техн. наук, доцент

Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия

***Аннотация.** Статья посвящена исследованию образа аэропорта. Выполнен анализ имиджевых характеристик, выявлены позитивные и негативные имиджевые характеристики аэропорта. К позитивным компонентам имиджа АО «Международный аэропорт Владивосток» относятся: имидж потребителя, персонала, руководителя, бизнес-имидж, внутренний, визуальный и социальный имидж. К негативным компонентам имиджа относятся: имидж персонала и услуги. Разработаны рекомендации по совершенствованию имиджевых характеристик АО «Международный аэропорт Владивосток».*

***Ключевые слова:** имидж, имидж организации, имиджевые характеристики, продвижение, технология продвижения.*

ANALYSIS OF THE IMAGE CHARACTERISTICS OF JSC VLADIVOSTOK INTERNATIONAL AIRPORT, ARTYOM IN THE CONTEXT OF ITS PROMOTION

***Abstract.** The article is devoted to the study of the image of the airport. The analysis of image characteristics is carried out, positive and negative image characteristics of the airport are revealed. The positive components of the image of Vladivostok International Airport JSC include: the image of the consumer, staff, manager, business image, internal, visual and social image. The negative components of the image include: the image of the staff and services. Recommendations have been developed to improve the image characteristics of Vladivostok International Airport JSC.*

***Keywords:** image, organization image, image characteristics, promotion, promotion technology.*

Актуальность работы связана с тем, что повышение узнаваемости бренда является глобальным стратегическим направлением современного маркетинга.

Имидж аэропорта – важный инструмент продвижения услуг аэропорта. Позитивные имиджевые характеристики, такие как ответственность, динамичность развития, деловая активность и репутация позволяют привлекать партнеров и потребителей, образ которых также влияет на формирования имиджа всего предприятия.

Научная новизна связана с исследованием имиджевых характеристик аэропорта, так как данное направление исследований мало разработано в научной литературе.

Объект исследования – имидж аэропорта.

Предмет исследования – анализ имиджевых характеристик аэропорта.

Цель работы – анализ имиджевых характеристик АО «Международный аэропорт Владивосток» в контексте его продвижения и повышения узнаваемости бренда.

Основными задачами являются:

- выявить структуру имиджевых характеристик аэропорта и актуальные технологии продвижения авиационного предприятия;
- выполнить исследования имиджевых характеристик АО «Международный аэропорт Владивосток»;
- разработать рекомендации по совершенствованию имиджа АО «Международный аэропорт Владивосток».

В работе использованы такие методы исследования, как: анализ научной литературы, анализ отзывов клиентов, систематизация и обобщение данных, социологический (опрос в форме анкетирования).

На первом этапе теоретические исследования определены аспекты формирования имиджа организации, в том числе выполнен анализ многочисленных подходов к определению понятия

«имидж», «продвижение» и «технология продвижения». Выбрана модель для имиджа организации, выявлена структура имиджевых характеристик для аэропорта и определены методы для продвижения организации.

В настоящей работе использовано определение, предложенное О.Д. Чертковым: «Имидж – это совокупность вербальных и визуальных качеств объекта, необходимый атрибут для представления образа потенциальной аудитории, он направлен на презентацию лучших качеств того или иного объекта и позволяет оперативно привлечь к нему внимание за счет установления определенных позитивных отношений в социуме» [1, с. 193].

Проблема формирования и развития имиджа организации актуальна в контексте современного бизнеса. Благоприятный имидж помогает организации построить положительную репутацию и добиться эффективных результатов работы. Имидж организации – это некий положительный или отрицательный образ, который складывается у потребителей относительно предприятия. Его можно определить еще как лицо организации, которое формируется в сознании общественности с помощью средств массовой информации и психологического влияния [2, с. 95].

Говоря об имидже организации, всегда следует помнить о ключевой роли клиента в процессе достижения цели по формированию положительного имиджа организации [3, с. 75]. Изменение взглядов людей требует значительных временных и умственных усилий, поскольку каждый индивидуум стремится к достижению гармонии внутри себя. Согласно теории когнитивного диссонанса, представления, чувства и идеи, вступающие в противоречие с другими представлениями, чувствами и идеями индивида, приводят к нарушению гармонии личности, к ситуации психологического дискомфорта. Имидж является отражением потребностей и желаний общества, следовательно, он активен и способен влиять на ментальное состояние и поступки людей. Поэтому очень важно, чтобы каждый элемент структуры имиджа был информативно наполнен самой организацией. В противном случае, массовое сознание, в силу определенных стереотипов, наполнит содержанием недостающий элемент самостоятельно, что не всегда может пойти на пользу организации: в последующем, внедряя в массовое сознание новую информацию, придется преодолевать барьер уже существующей установки.

Среди существующих моделей корпоративного имиджа перспективной структурой компонентов имиджа представляется модель М.В. Томиловой. Структура модели имиджа состоит из девяти компонентов которые представлены в табл. 1. Она отражает суть имиджа организации: динамичное изменение под влиянием внешних факторов, создание целенаправленными усилиями в сфере PR, отношений с потребителями, этики предоставления услуг, управления качеством. Данная модель отражает спектр элементов имиджа, социальную ответственность и деловую репутацию как результат проводимой политики и результативности производства услуг.

Составляющими частями имиджа являются имиджевые характеристики. Позитивные имиджевые характеристики – это та часть имиджа организации, которая обязательно должна быть доведена до потребителя через все существующие каналы, часто вне зависимости от его желания. Теоретическое исследование показало, что не существует готовой модели имиджевых характеристик аэропорта, в данной работе на основе анализа научной литературы разработаны имиджевые характеристики аэропорта представленные в табл. 1.

Таблица 1

Имиджевые характеристики авиационного предприятия

Элемент структуры имиджа	Имиджевая характеристика
Имидж услуги	– соответствие качества услуги нормативным документам; – качество обязательных и дополнительных услуг
Визуальный имидж	– наличие носителей рекламы; – качество визуальной информации; – качество архитектурных и планировочных решений
Имидж персонала	– компетентность персонала; – доброжелательность и вежливость; – способность разрешать конфликты; – общий культурный уровень; – наличие и совершенство фирменного стиля

Элемент структуры имиджа	Имиджевая характеристика
Бизнес-имидж	– позиция в отраслевых бизнес рейтингах; – наличие партнеров обладающих сильным брендом; – информационная открытость
Внутренний имидж	– удовлетворенность сотрудников корпоративной культурой организации; – социально-психологический климат; – корпоративная культура
Социальный имидж	– участие в благотворительных мероприятиях; – отношение к социально незащищенным группам населения, семьям с детьми, и людям с инвалидностью
Имидж руководителя	– стиль руководства; – деловая репутация; – социально-демографическая принадлежность; – персональные характеристики; – социальные характеристики; – личная миссия руководителя
Имидж потребителя	– возраст потребителя; – категория потребителя; – статус потребителя

Улучшение имиджа организации предполагает продвижение позитивных и устранение негативных имиджевых характеристик. Продвижение – это разработка и сохранение непрерывных связей с целевой аудиторией, способствующих закреплению интереса к продукту или услуге, напоминании о собственном существовании и построению положительного имиджа организации [4, с. 23].

Технологию продвижения, определяется как комплекс маркетинговых мероприятий, которые проводятся с целью: увеличения доли товара, услуги или бренда, занимаемой ими на рынке; вывод товара на рынок; увеличение их узнаваемости; привлечение новых клиентов, повышение эффективности продаж через коммуникативное воздействие на персонал, партнёров и потребителей.

На современном этапе развития маркетинга, наиболее широко применяются методы продвижения представленные в табл. 2.

Таблица 2

Методы продвижения организации

Метод продвижения	Виды метода	Способы продвижения
Реклама	Реклама в СМИ	реклама на телевидении (специальные передачи, видеоролики), на радио (упоминание в ходе радиопередач, ролики в рекламных блоках), в газетах и журналах; аудиовизуальные издания (печатные издания с использованием магнитных записей, CD дисков)
	Наружная реклама	билборды, сити-форматы, дирижабли, вывески
	Печатная реклама	визитные карточки, листовки, плакаты, календари, открытки, брошюры, каталоги
	Сувенирная реклама	фирменные значки, флажки, карманные календари, линейки, закладки для книг, брелки с логотипами и рекламными надписями
	Транспортная реклама	надписи на поверхности транспорта, басорама, реклама на мониторах в транспорте
	Прямая реклама	рекламные материалы вручаемые лично, по почте, по телефону
	Реклама в интернете	представление информации о товарах и услугах, размещаемой в сети Интернет

Метод продвижения	Виды метода	Способы продвижения
Стимулирования сбыта		конкурсы, квесты, акции, игры и лотереи
Public Relations (связи с общественностью)	Средств массовой информации	работа с прессой, телевидением и радио
	Участие в специальных мероприятиях	пресс-конференции, публикации, презентации, выступления, выставки, клиентские дни, конференции, запуск новых направлений, публичные презентации аэропортов на туристических рынках в разных странах
	Участие в общественной жизни	благотворительные акции, спонсорство
Контент-маркетинг		ведение блога, подкаста, рассылки для клиентов

На втором этапе исследования выполнена эмпирическая работа, целью которой стало выявление важных для потребителей компонентов для формирования имиджа АО «Международный аэропорта Владивосток» и разработка рекомендаций для их совершенствования.

В качестве метода исследования имиджевых характеристик АО «Международный аэропорта Владивосток» был выбран анализ отзывов клиентов и опрос (анкетирование), которое было проведено с помощью сервиса «Гугл-формы». Было опрошено 110 респондентов, которые были выбраны случайным образом. В первую очередь необходимо было выявить, что, по мнению респондентов, формирует имидж аэропорта Владивосток, ответы на данный вопрос представлены на рис. 1.

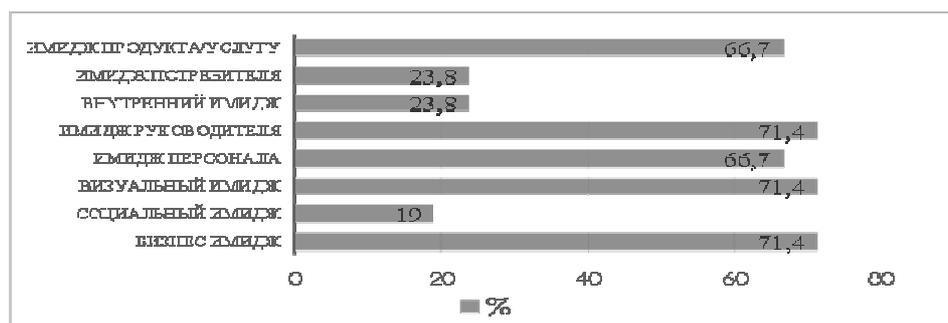


Рис. 1. Наиболее важные компоненты модели имиджа при формировании имиджа аэропорта по мнению респондентов

Из предложенного списка компонентов имиджа, респонденты считают наиболее важным: бизнес-имидж, имидж руководителя, имидж персонала, визуальный имидж и имидж товаров или услуг. Можно увидеть, что респонденты не считают важным для формирования имиджа аэропорта: имидж потребителя и внутренний имидж. Самым неактуальным для аэропорта респонденты считают социальный имидж.

Оценка элементов имиджа аэропорта Владивосток респондентами проводилась по пяти-балльной шкале, результаты представлены на рис. 2.

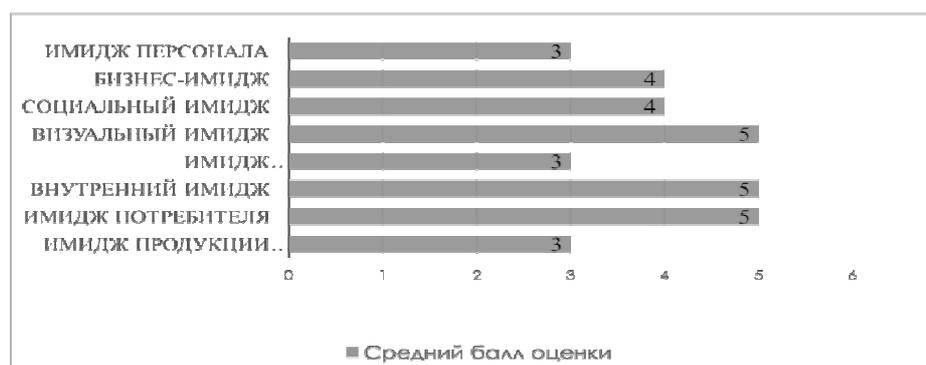


Рис. 2. Оценка компонентов имиджа аэропорта АО «Международный аэропорта Владивосток»

Респонденты оценили в среднем на пять баллов: визуальный имидж, имидж потребителя и внутренний имидж; на четыре балла оценены: бизнес-имидж, социальный имидж; хуже всего (на три балла) оценены: имидж продукции и услуги, имидж руководителя и также имидж персонала.

Таким образом респонденты считают важными для аэропорта такие компоненты имиджа, как: имидж продукта, имидж руководителя, имидж персонала, визуальный имидж и бизнес имидж. При этом оценивают имидж аэропорта Владивосток по данным важнейшим компонентам на три-четыре балла. Не важными компонентами имиджа аэропорта респонденты считают: имидж потребителя, внутренний и социальный имидж, но в случае аэропорта Владивосток оценивают их на высший балл.

По результатам опроса и анализа форумов с отзывами потребителей АО «Международный аэропорт Владивосток», выявлены позитивные и негативные имиджевые характеристики аэропорта, которые представлены в табл. 3.

Таблица 3

Имиджевые характеристики АО «Международный аэропорт Владивосток»

Элементы структуры имиджа	Имиджевые характеристики
Имидж продукции и услуги	Позитивные: соответствие требованиям нормативных документов; удобство поиска информации об аэропорте; удобство расписания, развитая маршрутная сеть; безопасные перевозки; зона для курения; комфортность кресел; удобная навигация в аэропорту; проведение конкурсов и лотерей; комфортное пребывание пассажиров с детьми и пассажиров с животными Негативные: неудобно добираться наземным транспортом в/из аэропорта; высокая стоимость платной парковки; нет кулеров с водой; нехватка кресел в зале ожидания; кража вещей; низкий уровень уборки в помещениях аэропорта
Имидж потребителя	Позитивные: участники ВЭФ; делегации – участники спортивных мероприятий; туристы из ключевых стран-партнеров в туризме; представители бизнеса
Имидж персонала	Позитивные: квалифицированный, доброжелательный, вежливый персонал Негативные: грубый, недоброжелательный, конфликтный персонал с потребителями; нехватка персонала
Имидж руководителя	Позитивные: заинтересованность в регулировании и организационной культуре компании; стиль руководства; оснащенность рабочих мест; условия и безопасность труда; уровень заработной платы и система стимулирования
Внутренний имидж	Позитивные: удовлетворенность сотрудников корпоративной культурой организации
Визуальный имидж	Позитивные: внешний вид, стиль униформы персонала; чистота здания и исправность оборудования; архитектура здания, визуальный дизайн помещения
Бизнес-имидж	Позитивные: широкая партнерская сеть; рейтинг авиакомпании; доступность информации о деятельности аэропорта широкому кругу лиц
Социальный имидж	Позитивные: публикации материалов в соц. сетях; предоставление информации на сайте компании; установление льгот и тарифов; помощь маломобильным группам населения; организация условий пребывания семей с детьми

Исходя из анализа имиджевых характеристик, представленных в таблице можно увидеть, что организации необходимо обратить внимание на совершенствование и продвижение таких имиджевых характеристики АО «Международный аэропорт Владивосток»: имидж продукции и услуги, имидж персонала.

Таким образом, в ходе проведенного исследования выявлены позитивные и негативные имиджевые характеристики АО «Международный аэропорт Владивосток».

К позитивным компонентам имиджа АО «Международного аэропорта Владивосток» относятся: имидж потребителя, персонала, руководителя, внутренний имидж, визуальный имидж, бизнес-имидж, социальный имидж.

К негативным компонентам имиджа относятся: имидж персонала, имидж продукции и услуги. Негативные имиджевые характеристики АО «Международного аэропорта Владивосток»:

1) имидж персонала: грубый, недоброжелательный, конфликтный персонал с потребителями; нехватка персонала;

2) имидж продукции и услуги: неудобно добираться наземным транспортом в/из аэропорта; высокая стоимость платной парковки; нет кулеров с водой; нехватка кресел в зале ожидания; кража вещей; низкий уровень уборки в помещениях аэропорта.

Самыми актуальными каналами продвижения являются для аэропорта Владивосток являются «YouTube» и «Telegram» на которых самое большое число подписчиков (по 1200 человек на каждом). На платформе «YouTube» стоит выставлять больше видео с участием в специальных мероприятиях (пресс-конференции, публикации, презентации, выступления, выставки, клиентские дни, конференции, запуск новых направлений, публичные презентации аэропортов на туристических рынках в разных странах) и с участие в общественной жизни (благотворительные акции, спонсорство), а на платформе «Telegram» рекомендуется рассказывать больше о предоставляемых услугах и проводить хорошо организованные конкурсы, лотереи среди подписчиков. Данные рекомендации хорошо послужат для улучшения образа организации, а также для привлечения новых подписчиков и увеличения аудитории.

Для улучшения имиджевых характеристик АО «Международный аэропорт Владивосток» даны следующие рекомендации по элементам структуры имиджа представленные в табл. 4.

Таблица 4

Рекомендации по совершенствованию имиджевых характеристик АО «Международный аэропорт Владивосток»

Элемент структуры имиджа	Рекомендации
Имидж персонала	<ul style="list-style-type: none"> – обучать персонал: проводить семинары и тренинги, организовывать программы обучения; – проводить Well-being программы (набор инструментов предназначен для повышения благополучия сотрудников и предотвращения эмоционального выгорания); – раз в полгода проводить соревнования между сотрудниками на титул «Самый вежливый сотрудник месяца» стимулируя материальным призом или памятным подарком
Имидж товара/услуги	<ul style="list-style-type: none"> – работать с социальными сетями и сайтами-отзовиками: поиск негативных отзывов и их отработка; – скорректировать под рейсы отправления/пребывания аэроэкспресса; – рассмотреть снижения стоимости парковки; – поставить механический фонтанчик или кулер с водой; – усилить уровень уборки в видимых зонах потребителю (туалетная комната, вход в аэровокзал, зона ожидания); – добавить количество кресел в зал ожидания

Таким образом, в результате проведенного исследования выявлена структура имиджевых характеристик аэропорта и актуальные технологии продвижения авиационного предприятия. Определены основные имиджевые характеристики аэропорта и особенности формирования имиджа организации.

В ходе эмпирического исследования выявлены позитивные и негативные имиджевые характеристики аэропорта. К позитивным имиджевым характеристикам относятся: имидж потребителя, имидж руководителя, внутренний имидж, визуальный имидж, бизнес-имидж, социальный имидж. К негативным имиджевым характеристикам относятся: имидж продукции и услуги, имидж персонала. Так же даны рекомендации по совершенствованию имиджа АО «Международный аэропорт Владивосток».

1. Чертков О.Д. Имидж в современной науке: теоретические аспекты – Текст: электронный // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» – 2021 – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-v-sovremennoy-nauke-teoreticheskie-aspekty/viewer>.

2. Комарова С.Н., Прокопец Т.Н. Разработка процесса формирования имиджа предприятия и методика его // Вестник Ростовского Государственного Экономического Университета (РИНХ). 2019. № 1 (65). С. 95-99.

3. Орлов Р.В. Особенности формирования имиджа организации в сети Интернет // Вестник магистратуры. – 2019. – 6–3 (93). –120 с.

УДК 659.2:656.072.6

АНАЛИЗ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПАССАЖИРОВ В ОБЛАСТИ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В АЭРОПОРТУ

В.В. Осадчая, бакалавр
И.А. Слесарчук, канд. техн. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. В настоящем исследовании проведен анализ предпочтений и потребностей пассажиров в области информационно-справочного обслуживания в аэропорту. Выявлены основные требования к информации в аэропорту, а также проблемы, по которым пассажиры испытывают затруднения. Результаты исследования могут быть использованы для улучшения качества информационно-справочного обслуживания в аэропортах и повышения удовлетворенности пассажиров.

Ключевые слова: информационно-справочное обслуживание, аэропорт, потребности, предпочтения, пассажиры, анализ.

ANALYSIS OF PASSENGER PREFERENCES IN THE FIELD OF INFORMATION AND REFERENCE SERVICES AT THE AIRPORT

Abstract. This study analyzes the preferences and needs of passengers in the field of information and reference services at the airport. The main information requirements at the airport have been identified, as well as the problems that passengers are experiencing difficulties with. The results of the study can be used to improve the quality of information and reference services at airports and increase passenger satisfaction.

Keywords: information and reference services, airport, needs, preferences, passengers, analysis.

Актуальность темы исследования состоит в том, что в настоящее время важным аспектом обслуживания пассажиров в аэропортах является информационно-справочное обслуживание, которое включает в себя предоставление актуальной информации о рейсах, услугах аэропорта, местности и других важных аспектах.

Научная новизна заключается в систематизации требований к информационно-справочному обслуживанию в аэропорту.

Цель работы: анализ предпочтений пассажиров в области информационно-справочного обслуживания в аэропорту.

Для достижения данной цели решался ряд **задач:** проанализировать теоретические аспекты информационно-справочного обслуживания пассажиров; определить основные нормативные и потребительские требования к информационно-справочному обслуживанию в аэропорту; выявить предпочтения пассажиров в области информационно-справочного обслуживания в аэропорту.

При выполнении работы использован ряд теоретических и эмпирических **методов исследования:** аналитический метод (библиографический анализ); социологические методы (опрос в форме анкетирования); метод включенного наблюдения.

Для удовлетворения огромного количества запросов пассажиров (а, как правило, пассажиры стремятся получить ответы на свой вопрос несколько раз и в разных местах для полной уверенности в точности полученных сведений) по каналам восприятия используются три основных вида справок и информации [1]:

1) визуальная (зрительная) – сведения, полученные посредством зрительного восприятия. Зрительная информация в аэропорту обычно включает в себя указатели и таблички, размещенные

по всему терминалу, чтобы помочь пассажирам ориентироваться и найти нужные им места или участки в аэропорту;

2) звуковая (радиовещание) предназначена для информирования пассажиров через громкоговоритель;

3) устная информация (справка по телефону и обращение к сотрудникам справочных служб).

На основе анализа нормативной документации [2] сформированы требования по показателям информационно-справочного обслуживания (табл.).

Таблица

Требования к информационно-справочному обслуживанию в аэропорту

Показатель	Требования
Визуальная информация	
Стандартизация	Все знаки, применяемые в аэровокзальных комплексах, особенно в международных, должны быть стандартизированы.
Простота и ясность	Информация должна быть понятной и легко читаемой для всех пассажиров, включая иностранных граждан.
Графическое отображение	Использование пиктограмм и иконок, чтобы сделать информацию понятной без необходимости прочесть текст.
Цветовая кодировка	Использование цветов для обозначения разных категорий информации, например, красный для экстренной информации, зеленый для информации о выходах и т.д.
Способы представления информации	Использование табличек, указателей, цифровых дисплеев, видеозэкранов и других средств для предоставления информации о расписании полетов, гейтах, выходах и других важных местах. В терминалах, где помещения для пассажиров расположены на разных этажах, информация дублируется.
Расположение	Средства оперативной визуальной информации следует размещать с учетом комплексной схемы информации в аэровокзале, в соответствии с принятой технологией обслуживания пассажиров и рекомендациями нормами технологического проектирования (НТП 3). Для размещения постоянной информации следует использовать светосигнальные табло, указатели, транспаранты, информационные щиты и т.д.
Объем информации	Информация должна быть представлена в достаточном объеме, чтобы пассажиры могли быстро и точно понять, что делать или куда идти.
Многоязычность	Использование нескольких языков (обычно английского и языка страны, в которой находится аэропорт) для предоставления информации, чтобы все пассажиры могли ее понять.
Обеспечение доступности лицам с ограниченными возможностями	Обслуживающая организация обязана обеспечивать установление на входах в аэровокзальный комплекс и в иных местах, определяемых обслуживающей организацией, места прибытия в аэропорт пассажиров из числа инвалидов и других лиц с ограничениями жизнедеятельности, оборудованные кнопкой вызова (оповещения), иными обеспечивающими вызов (оповещение) техническими средствами в соответствии с законодательством Российской Федерации.
Аудиальная информация	
Разборчивость и громкость	Голосовые объявления и анонсы должны быть достаточно громкими и разборчивыми для того, чтобы быть услышанными даже в шумной аэропортовой среде.
Согласованность и последовательность	Информация должна быть представлена последовательно и согласованно, чтобы избежать путаницы и недоразумений. Объем и порядок передачи объявлений по радио должны быть стандартными.
Надежность и актуальность	Информация должна быть достоверной, актуальной и обновляться в реальном времени, чтобы пассажиры могли получать актуальные сведения о своих рейсах и изменениях в расписании. Все технические средства радиосообщения должны работать надежно и безотказно.
Многоязычность	Аудиальная информация может быть представлена на нескольких языках, чтобы обеспечить удобство и понимание для пассажиров из разных стран и культур.
Скорость воспроизведения	Информация должна быть произнесена с умеренной скоростью, чтобы пассажиры могли услышать и запомнить содержание анонсов.

Показатель	Требования
Нормы звукового объявления	Объявление о посадке повторяют через каждые 5 мин с заменой слова «объявляется» словом «продолжается» и за 2 мин – 3 мин до закрытия двери воздушного судна – словом «заканчивается».
Охват предоставления информации	Информация по радио должна передаваться своевременно и четко во все помещения аэропорта, предназначенные для обслуживания пассажиров (залы ожидания, комнаты отдыха, рестораны, кафе, привокзальные площади и прочие).
Ответы на вопросы и запросы пассажиров	Аэропорт должен быть в состоянии предоставить аудиальные ответы на вопросы и запросы пассажиров, чтобы обеспечить им комфорт и удовлетворение потребностей.
Устная информация	
Беглость речи	Сотрудник аэропорта должен говорить на хорошем темпе и без лишних пауз, чтобы сообщения не занимали слишком много времени и позволяли пассажирам оперативно реагировать.
Адаптация к аудитории	Сотрудник аэропорта должен адаптироваться к аудитории, учитывая факторы, такие как международные пассажиры, пассажиры с ограниченными возможностями или дети.
Степень полноты	Информация должна быть полной, последовательной и содержать все необходимые детали для пассажиров.
Использование языка безусловного доверия	Коммуникация должна происходить на доверительном уровне, чтобы пассажиры чувствовали себя защищенными и уверенными в предоставляемой информации. Дежурный справочного бюро должен внимательно выслушать вопрос и немедленно дать ответ. Нельзя отказывать в справке, если она требует времени для просмотра справочного материала или уточнения ответа.
Надежность и понятность	Информация должна быть достоверной и точной, чтобы не вводить пассажиров в заблуждение. Информатор не должен заканчивать разговор, пока не убедится, что спрашивающему все ясно. Ответ должен быть кратким, точным и понятным для пассажира.
Использование языка без насмешки и пристрастности	Коммуникация должна быть профессиональной и не содержать элементов сарказма, насмешки или пристрастности. Информатор должен всегда помнить, что ни при каких условиях он не должен повышать голос и вступать в пререкания с абонентом.
Справка по телефону	Номера телефонов справочно-информационной службы должны широко рекламироваться через печать, радио, телевидение. Выдачу справок по телефону должен осуществлять информатор.
Расположение справочного бюро	Справочное бюро должно располагаться по пути движения основных потоков пассажиров на видном и удобном месте так, чтобы с любого места в операционном зале агентства или аэровокзала пассажиры могли быстро его найти.
Ускорение выдачи информации	Рабочие места дежурных справочных бюро должны иметь средства прямой громкоговорящей связи с информационной группой, с администратором, с диктором и т.д. Для ускорения выдачи справок должна быть правильная организация рабочих мест дежурных.

Для проведения анализа уровня удовлетворенности пассажиров с использованием полученных выше результатов разработана анкета и произведен опрос 70 человек преимущественно в возрасте 21–35 лет в онлайн режиме и на территории аэропорта. В ходе проведения опроса выявлены предпочтения и потребности пассажиров в информационно-справочном обслуживании.

Анализ результатов опроса показал, что пассажиры могут иметь различные потребности в информационно-справочном обслуживании, в зависимости от их опыта путешествий, знаний языка и культурных особенностей. 55 % пассажирам могут потребоваться услуги перевода, помощь с багажом или организация транспорта до города. Для удовлетворения этих потребностей, информационно-справочная служба должна быть готова предоставить дополнительные услуги и помощь. Большинство пассажиров (57%) предпочитают получать информацию о полете через мобильные приложения или электронные информационные табло. Основными источниками информации являются время вылета и прилета, статус рейса и гейт вылета.

Также пассажиры ожидают от аэропорта быстрой и точной информации, доступной через различные каналы связи.

В целом, информационно-справочное обслуживание в аэропорту должно быть индивидуализированным, профессиональным и доступным для всех пассажиров, чтобы обеспечить им комфортное путешествие.

1. Организация информационно-справочной работы. // Авиасервис. URL: <https://www.aviaplace.ru/aviauslugi/organizatsiya-spravochno-informatsionnoy-raboty.html>.

2. Руководство по обслуживанию пассажиров на воздушных линиях Союза ССР. – Текст: электронный // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. URL: <https://docs.cntd.ru/document/902035645/titles/8QS0M6>.

УДК 331.1/656.078

ИССЛЕДОВАНИЕ ВНУТРЕННЕЙ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТИ АВИАКОМПАНИИ В ОТНОШЕНИИ ПЕРСОНАЛА КАБИННОГО ЭКИПАЖА

А.В. Отрок, бакалавр
И.А. Шеронова, д-р техн. наук, профессор

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. Современное развитие авиаотрасли сопряжено с высокой динамикой конкуренции как на рынке авиаперевозок, так и на рынке трудовых ресурсов. Современный рынок характеризуется высокими темпами изменения и его особенность заключается в формировании системы лояльности как для потребителей услуг, так и для производителей услуг, что, в свою очередь, является формированием устойчивости компании в условиях нестабильности внешней среды. Внутренняя клиентоориентированная стратегия предприятия определяет привлекательность работодателя, мотивацию сотрудников к выполнению поставленных задач, достижение результатов для удержания перспективных кадров, их развития, что, в конечном счете, отражается на устойчивости и конкурентоспособности предприятия в целом.

Ключевые слова: внутренняя клиентоориентированность, система лояльности, авиакомпания, устойчивость компании на рынке авиаперевозок, внутренняя клиентоориентированная стратегия предприятия.

A STUDY OF THE AIRLINE'S INTERNAL CUSTOMER FOCUS IN RELATION TO CABIN CREW PERSONNEL

Abstract. The modern development of the aviation industry is associated with high dynamics of competition both in the air transportation market and in the labor market. The modern market is characterized by a high rate of change and its peculiarity lies in the formation of a loyalty system for both service consumers and service providers, which, in turn, is the formation of the company's sustainability in conditions of instability of the external environment. The internal customer-oriented strategy of the enterprise determines the attractiveness of the employer, the motivation of employees to complete assigned tasks, achieve results to retain promising personnel, and their development, which ultimately affects the sustainability and competitiveness of the enterprise as a whole.

Keywords: interior customer orientation, loyalty system to the company's personnel, airlines, Competition in the air transportation market, company stability in the air transportation market, internal customer-oriented strategy of the enterprise, retention of promising personnel.

Актуальность исследования внутренней клиентоориентированности определяется ее значимостью в реализации задач в построенных бизнес-процессах, производственных процессах, ориентации деятельности предприятия на постоянные улучшения.

Научная новизна работы состоит в формировании перечня показателей оценки внутренней клиентоориентированности авиакомпании в отношении кабинного экипажа, путём адаптации общей системы критериев внутренней клиентоориентированности организации.

Объект исследования – деятельность кабинного экипажа авиакомпании, а его **предмет** – внутренняя клиентоориентированность авиакомпании в контексте деятельности персонала кабинного экипажа

Целью работы стал анализ внутренней клиентоориентированности авиакомпании по отношению к сотрудникам кабинного экипажа на примере АО «Авиакомпания «Аврора».

Основным **методом исследования** является библиографический.

На первом этапе исследования были рассмотрены теоретические аспекты формирования внутренней клиентоориентированности предприятия, в том числе выбрано базовое определение понятия внутренней клиентоориентированности: «Внутренняя клиентоориентированность – это ориентация компании на удовлетворение потребностей внутреннего клиента, то есть сотрудника компании».

В ходе исследования было установлено, что внутренняя клиентоориентированность позволяет руководству донести до работников чёткие рамки должностных обязанностей, сформировать у сотрудников осознанное отношение к проблемам и нуждам компании, повысить эффективность использования человеческих ресурсов в компании, повысить уровень лояльности работников к предприятию и привлечь на вакантные должности квалифицированные кадры, а, в свою очередь, у работников есть возможность удовлетворить свои, как базовые, так и социальные, потребности, что способствует выстраиванию доверительных взаимоотношений между подразделениями, позволяет сформировать устойчивость оценки сотрудником своей значимости на предприятии и необходимости развития профессиональных навыков.

Целевой аудиторией внутренней клиентоориентированности является руководство, сотрудники компании, акционеры и владельцы. Направленность внутренней клиентоориентированности – удовлетворение трудом, внутренними коммуникациями, услугами внутренних клиентов, формирование лояльности персонала к компании.

Анализ специальной литературы позволил выявить общие факторы и критерии внутренней клиентоориентированности предприятия. Так к факторам влияния на уровень клиентоориентированности относятся: разработанные стандарты работы персонала, включающие аспекты клиентоориентированности; решение текущих рекламаций и жалоб; обработка и решение вопросов партнеров; мониторинг конкурентов и реализация лучших решений; непрерывность управления качеством услуг; эффективная логистика на предприятии; эффективный финансовый контроль и управление в целом; качество отбора и подбора персонала.

К критериям внутренней клиентоориентированности относятся: внимательность проблемам и потребностям сотрудников; знания, квалификационное и профессиональное обслуживание; качество корпоративных коммуникации между сотрудниками; доброжелательность, заботливость и уважение; четкость и оперативность реакции на запрос; качество выполнения сотрудником ежедневных функций, а именно, профессионализм, оперативность и командная работа; уровень удовлетворенности сотрудников (лояльность персонала).

Важным этапом работы стало формирование перечня факторов влияния и критериев оценки внутренней клиентоориентированности авиапредприятия с учётом особенностей условий работы кабинного экипажа. Перечень факторов, влияющих на формирование внутренней клиентоориентированности авиакомпании в отношении кабинного экипажа, представлен в табл. 1.

Таблица 1

Факторы, влияющие на формирование внутренней клиентоориентированности авиакомпании в отношении кабинного экипажа

Группа факторов	Содержание
Использование методов клиентоориентированного управления персоналом	<ul style="list-style-type: none"> – Нормы и стандарты внешнего вида, дающие свободу в самовыражении, не влияющие на обеспечение безопасности полетов; – Эффективность системы адаптации сотрудников; – Оперативность и качество корпоративной коммуникации; – Эффективность системы мотивации и стимулирования; – Чёткость формулировок принятых регламентов работы, достижимость их выполнения;

Группа факторов	Содержание
	<ul style="list-style-type: none"> – Система поддержки персонала, программы для приобретения навыков снижения стрессов; – Система защиты прав сотрудников, деятельность профсоюза.
Ценности и корпоративная культура предприятия	<ul style="list-style-type: none"> – Декларация, закрепление ценностей и философии компании в стандартах и регламентах работы; – Имидж предприятия на конкурентном рынке как работодателя.
Качество подобранного персонала	<ul style="list-style-type: none"> – Наличие документов об образовании, прохождения подготовки и получение сертификата бортпроводника; – Психологическая устойчивость кандидатов к работе.
Условия труда	<ul style="list-style-type: none"> – Соблюдение рабочего времени и отдыха; – Система обучения, стажировки и повышения квалификации; – Условия на рабочем месте; – Качество униформы и СИЗ; – Качество орудий труда и сведение к минимуму факторов, независящих от сотрудника, но влияют на выполнение его работы.
Применение партнерских программ для стимулирования и мотивации персонала	<ul style="list-style-type: none"> – Выгодные процентные ставки по накопительному счёту, ипотечным кредитам в банках-партнерах; – Льготы при приобретении авиабилетов на рейсы авиакомпании, входящим в один авиаальянс; – Субсидии в отелях-партнерах авиакомпании.
Обеспечение безопасности	<ul style="list-style-type: none"> – Обеспечение безопасных условий труда; – Внедрение и контроль регламента безопасности полётов; – Установленный стандарт по мерам сдерживания конфликтных пассажиров.
Развитие направлений деятельности авиакомпании	<ul style="list-style-type: none"> – Возможность быть на эстафетах; – Международные рейсы; – Внутрорегиональные рейсы.

Анализ факторов, влияющих на формирование внутренней клиентоориентированности авиакомпании в отношении cabin crew, позволил разработать систему критериев ее оценки, которая приведена в табл. 2. Применительно к выделенным оценочным критериям определены методы оценки внутренней клиентоориентированности.

Таблица 2

Критерии оценки внутренней клиентоориентированности авиакомпании в отношении cabin crew

Критерий оценки	Оценочные показатели	Методы оценки
Внимательность к проблемам и потребностям сотрудников при выполнении должностных обязанностей	<ul style="list-style-type: none"> - Наличие и полнота соответствия содержания коллективного договора требованиям ТК РФ Статья 41 - Фактическое соблюдение положений коллективного договора; - Признание, поощрение высоких результатов работы и творческого потенциала работников; - Возможность «рядовому сотруднику» быть услышанным руководством в вопросах улучшений работы и эффективности труда - Порядок обеспечения форменной одеждой, обувью; - Наличие программ адаптации для вновь принятых или возвратившихся из длительного отпуска сотрудников - Наличие мер предупреждения профессионального выгорания с учетом сложных и напряженных условий работы; - Сохранение возможности досрочного выхода на пенсию; - Учёт пожеланий работника при составлении рабочего графика; - Возможность для работника уйти в отпуск за свой счет при необходимости. 	Опрос (анкетирование, интервьюирование) сотрудников, анализ предложений и возражений по улучшению условий работы и их реализации, работа с документами

Критерий оценки	Оценочные показатели	Методы оценки
Уровень квалификации сотрудников	<ul style="list-style-type: none"> - Доступность программ по подтверждению/повышению квалификации с последующей аттестацией; - Наличие и доступность программ/тренингов, разработанных на основе пожеланий сотрудников и специфики работы, направленных на формирование надпрофессиональных навыков/качеств; - Понятная и доступная программа карьерного роста; - Наличие системы наставничества для вновь принятых сотрудников. 	Работа с документами, анализ данных отдела планирования, опрос сотрудников.
Качество внутренней коммуникации	<ul style="list-style-type: none"> - Обязательность ознакомления сотрудников с коллективным договором и документами, определяющими функциональные обязанности сотрудника, систему оплаты труда, методы мотивации и стимулирования труда; - Организация корпоративной связи между экипажем, назначенным в рейс и/или обеспечивающими подразделениями и структурами; - Возможность оперативного оповещения о возникновении сбойной ситуации в работе без последствий карательного характера, независимо от причин возникновения сбойной ситуации; - Ознакомление сотрудников с результатами оценки действий персонала авиапредприятий в сбойных ситуациях с целью формирования навыков адекватного поведения в подобных ситуациях, в том числе в аспекте обеспечения транспортной безопасности. 	Анализ данных работы внутренней информационной системы, беседа с оппонентами конфликта/ сбойной ситуации, опрос сотрудников
Психологический климат	<ul style="list-style-type: none"> - Наличие программ обучения сотрудников методам командной работы и эффективному взаимодействию в коллективе, например, регулярное проведение тимбилдинга и т.п. - Возможность получения сотрудником бесплатной психологической помощи; - Проведение типирования личности при устройстве на работу с целью определения возможности эффективного исполнения функциональных обязанностей в соответствии с психоэмоциональными особенностями кандидата на должность; формирования потенциально не конфликтных составов экипажа, а также выбора наставника; - Наличие и доступность программ обучения, направленных на снижение уровня стресса и тревожности, в том числе финансовой грамотности и др. - Контроль за соблюдением этического кодекса компании в межличностных отношениях и, при необходимости, обучение правилам поведения в коллективе. 	Опрос сотрудников и работников кадровой службы, работа с документами
Удовлетворенность работой в компании	<ul style="list-style-type: none"> - Уровень текучести кадров - Средняя продолжительность работы в компании. - Лояльность сотрудников по отношению к компании. - Наличие кадрового резерва. 	Анализ данных отдела кадров, опрос сотрудников

На основании перечня факторов, влияющих на внутреннюю клиентоориентированность авиакомпании, и системы оценочных критериев была разработана анкета и проведен опрос членов кабинного экипажа, а также проведено интервью с начальником службы бортпроводников № 2 АО «Авиакомпания «Аврора». Результаты проведенного исследования позволили выявить проблемы внутренней клиентоориентированности АО «Авиакомпания «Аврора» в отношении кабинного экипажа и дать рекомендации по их решению.

Таким образом, проведенное теоретическое исследование позволило решить ряд важных вопросов, обеспечивающих возможность проведения корректной оценки внутренней клиентоориентированности авиапредприятия в контексте деятельности кабинного экипажа, а проведенная апробация результатов теоретического исследования подтвердила их практическую значимость.

1. Комаров С.В., Григорьева А.С. Методика оценки внутреннего маркетинга компании и управление клиентоориентированностью // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. – 2019. – №2. – С. 192-103.

2. Тихонов А.И., Калачанов В.Д., Тихонова С.В. Оценка клиентоориентированности предприятий авиационно-космической промышленности // Московский экономический журнал. – 2019. – №12. – С. 590-599.

3. Кучерявенко С.А., Чистикова И.В., Назарова А.Н. Клиентоориентированный подход в системе менеджмента качества: аксиома или требование времени? // Экономика. Информатика. – 2021. – Т. 48, №2. – С. 244-251.

УДК 629.5.083.5

АНАЛИЗ ОТРАСЛИ СУДОРЕМОНТНЫХ УСЛУГ

В.О. Патрушева, бакалавр

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. Фактически судостроение и судоремонт – это индустрия в развитых странах. Судостроительная и судоремонтная отрасли тесно связаны с добычей и переработкой. В добывающую промышленность входят машиностроение, сталелитейная и металлургическая промышленность, электрическая, химическая промышленность и промышленность цветных металлов. В свою очередь перерабатывающую отрасль включает судоходную промышленность, рыбную промышленность, оборонную промышленность и индустрию отдыха.

Ключевые слова: судостроение, судоремонт, металлургия, экспорт, бюджет.

ANALYSIS OF THE SHIP REPAIR SERVICES INDUSTRIES

Abstract. In fact, shipbuilding and ship repair are an industry in developed countries. The shipbuilding and ship repair industry is closely linked to the upstream and downstream industries, between marine equipment manufacturers and the shipping industry. The extractive industries include mechanical engineering, steel and metallurgy, electrical and electronics, chemicals and non-ferrous metals. Its processing industries include the shipping industry, fishing industry, defense industry and leisure industry.

Keywords: shipbuilding, ship repair, metallurgy, export, budget.

Из-за большого количества рабочих сообщение, предназначенное для сотен проживающих жителей, не может удовлетворить основные потребности крупномасштабного промышленного производства, и не следует упускать из виду соответствующие риски безопасности из-за перегрузки. Помимо проблем с дорожным движением, еще одним большим местом для всех компаний судостроительной и судоремонтной промышленности является нехватка энергии, более заметная проблема для компаний, расположенных на небольшом острове.

Таблица 1

Крупнейшие Судостроительные заводы России

Завод	Место расположения предприятия	Занимаемая территория	Годовой оборот
Амурский	Комсомольск-на-Амуре	140 Га	8,184 млрд руб.
Выборский	Ленинградской область	44,18 Га	1,7 млрд руб.
Красное Сормово	Нижегород	150 Га	3,4 млрд руб.
Янтарь	Калининград	83 Га	11,187 млрд руб.
Вымпел	г. Рыбинск	40 Га	8,184 млрд руб.
Хабаровский	Хабаровск	400 000 квадрат. м	3,8 млрд руб.
Северная верфь	Санкт-Петербург	150 Га	10,39 млрд руб.
Невский	г. Шлиссельбург	21,34 Га	Всегда разный

Завод	Место расположения предприятия	Занимаемая территория	Годовой оборот
Р-ФЛОТ	Санкт-Петербург	1 Га	3,4 млрд руб.
Лотос	Нариманов	86 Га	6, 4млрд руб.

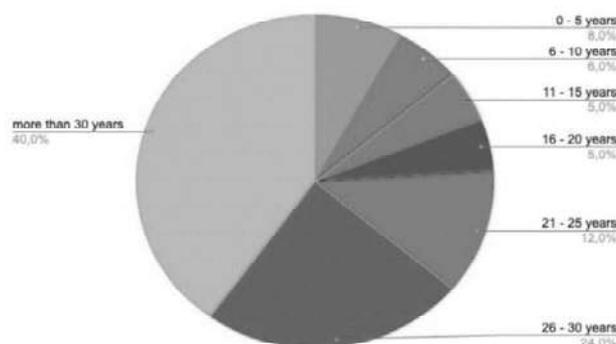


Рис. 1. Возраст флота

Российский флот заметно старше зарубежного на 15%. Поэтому, независимо от потребности в кораблях, первой задачей является замена существующих единиц флота. Отечественный рынок судостроения напрямую зависит не только от государственной поддержки, но и от внешнеэкономической конъюнктуры. Таблица показывает сильный спад в строительстве судов во время экономического кризиса в 2014–2015 гг. и, как следствие, падение грузооборота. Однако сейчас, в 2023 г., отечественное судостроение наращивает темпы производства судов всех типов, в основном транспортных.

Таблица 2

Тенденции и динамика пополнения морского флота в 2011–2020 гг.

Показатели	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Общее количество	34	36	35	19	6	11	25	29	32
Российские верфи	9	18	20	9	3	4	8	11	12
Иностранные верфи	25	18	15	10	3	7	17	18	10

Отставание судостроительной продукции, поддерживающей приборостроение, не только ограничит отечественные верфи в международной конкуренции из-за зависимости от иностранного экспорта, но и значительно снизит добавленную стоимость судостроительной и судоремонтной отрасли.

Таблица 3

Структура российского судостроения, 2021 год

Обозначение	Количество, единицы измерения	Дедвейт, млн тонн
Всего судов	1453	23,2
Транспорт	567	19,72
Обеспечение	436	1,62
Рыболовство	421	1,62
Исследование	29	0,24

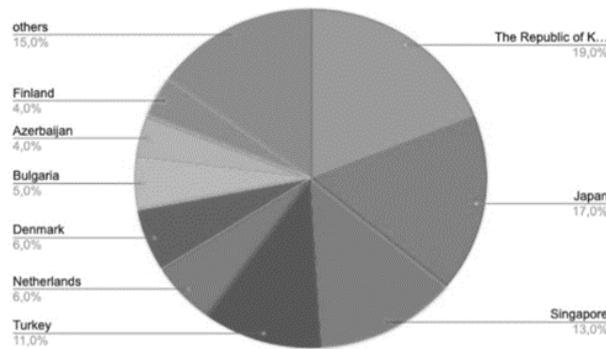


Рис. 2. Структура экспорта российских судов

В последние годы наметилась тенденция к увеличению доли заказов от российских судостроительных предприятий.

Например, стоимость выпуска вспомогательного оборудования судна в России составляет 65% стоимости выпуска всего судна, поэтому основная прибыль утекает за счет импорта основного вспомогательного оборудования. Эксперты отметили, что если корабли, поддерживающие промышленность (которая, включая судовое электронное навигационное оборудование и инфраструктуру, и поддерживает более высокий технологический уровень), не смогут развиваться вместе со всей судостроительной отраслью, преимущество в стоимости рабочей силы будет постепенно компенсироваться на международном уровне.

Из-за большого количества рабочих сообщение, предназначенное для сотен проживающих жителей, не может удовлетворить основные потребности крупномасштабного промышленного производства, и не следует упускать из виду соответствующие риски безопасности из-за перегрузки. Помимо проблем с дорожным движением, еще одним большим местом для всех компаний судостроительной и судоремонтной промышленности является нехватка энергии, более заметная проблема для компаний, расположенных на небольшом острове.

Из характера судостроительной и судоремонтной отрасли мы видим, что циклические колебания спроса являются ключевым риском для этой отрасли. Однако цикл между судостроением и судоремонтом различен, одна из причин этого различия заключается в том, что судостроение является капиталоемкой и ноу-хау отраслью, в то время как судоремонтная отрасль является в основном трудоемкой отраслью. И судостроительная компания может получить 35 контрактов в год, а судоремонтная компания – от 200 до 300 в год; поэтому это совсем другое.

Судоремонтная отрасль – это скорее сфера услуг. Циклы в судоремонтной отрасли значительно короче, чем в судостроительной. Как и в судостроении, цикличность судоремонтной отрасли можно разделить на внешние и внутренние факторы.

Если ставка фрахта высока, судовладелец в короткие сроки отложит ремонтные работы, что является негативным фактором для судоремонтных предприятий. А увеличение объемов грузов в долгосрочной перспективе будет иметь положительный фактор для судоремонтных предприятий.

Из вышесказанного очевидно, что индекс всегда находится на высоком уровне в течение последних 12 месяцев, и в будущем тенденция будет увеличиваться. Поэтому это хорошая новость для компаний судоремонтной отрасли в среднесрочной и долгосрочной перспективе.

Если в судостроительной отрасли контракты выигрываются в основном за счет цены, то для судоремонтных компаний контракт получается более сложным. Это категория по трем основным причинам: цена, время ремонта судна и затраты на сведение судна с маршрута.

По сравнению с судоремонтным предприятием, судостроительное предприятие гораздо крупнее. Поскольку договор судостроительной компании является долгосрочным, сырье и судовую технику для судостроительной компании можно заказать за 1 год. Однако сотрудникам судостроительной компании всегда не хватает владения иностранными языками, они хотят выбрать агентов, и в большинстве случаев эти агенты не являются прямыми агентами, и им также необходимо найти зарубежного агента.

Что касается сырья, из-за большого спроса люди могут заказать его напрямую у сталелитейной компании, однако они не могут избежать рыночного риска. Судостроительные и судоремонтные компании могут заказать одно и то же судовое оборудование вместе, что существенно снижает

стоимость доставки поставщикам. С другой стороны, компании также могут использовать одного и того же агента для закупки необходимого им материала, чтобы сократить количество промежуточных звеньев и сэкономить затраты.

Модернизация продукции является ключевой проблемой судостроительной отрасли. Практически ни одна судостроительная компания не может спроектировать корабль самостоятельно. А основным продуктом являются оптовые перевозки, то есть товары с низкой добавленной стоимостью. А построить центр одной компанией – это очень сложно, к тому же является пустой тратой ресурсов. Поэтому, если компании могут сотрудничать друг с другом и вместе инвестировать в научно-исследовательский и учебный центр, используя общий ресурс, это хороший метод решения проблемы.

В рамках сотрудничества внутри отрасли необходимо построить общий склад или логистический центр для судового сырья и комплектующих. Это снижает стоимость доставки, стоимость инвентаря и стоимость земли. Можно построить учебный и научно-исследовательский центр для всей судостроительной и судоремонтной промышленности, чтобы решать кадровые и технологические проблемы для всех судостроительных и судоремонтных предприятий в России, например.

Судостроение и судоремонтная промышленность развиваются очень быстро и в настоящее время сформировался промышленный кластер, но этот промышленный кластер все еще находится на маленьком уровне.

Как направить судостроительную и судоремонтную отрасль в правильное русло – важнейший вопрос не только для компаний, но и для государства. Только расширение производства позволит судостроительным и ремонтным компаниям стать переработчиками. Технологическая модернизация и расширение производственной цепочки посредством непрерывной модернизации технологических отраслей и традиционных отраслей с целью преобразования и повышения качества являются направлением будущего судостроения и судоремонта.

Изменение нынешнего состояния требует сотрудничества всех ведомств, предприятий, правительств и так далее. При этом корректировка структуры управления внутри предприятия также необходимы.

В России насчитывается более 1000 компаний по производству разнообразных судов, судоремонту, оборудования для навигации, всех важных комплектующих для судов, а также осуществление научной деятельности в сфере морской техники и кораблестроения.

В владении Северного центра судостроения и судоремонта находятся:

1. ПО «Северное машиностроительное предприятие» (Северодвинск), которое занимается строительством, ремонтом и модернизацией различных видов лодок и кораблей, а также строительством морской техники для освоения шельфовых углеводородных месторождений.

2. Центр судоремонта «Звездочка» (Северодвинск), обеспечивающим ремонт и модернизацию различных типов судов, включая атомные лодки и гражданские суда.

3. СПО «Арктика», занимающимся электромонтажными работами на кораблях и судах, строящихся и находящихся в ремонте. Они обслуживают и суда ВМФ, и гражданские суда, а также другую морскую технику.

Объем бюджетного финансирования госпрограммы в 2024 году может вырасти с 17,343 млрд рублей до 24,804 млрд рублей.

1. Государственная программа «Развитие судостроения и техники для освоения шельфовых месторождений на 2013-2030 годы» – Текст: электронный. – URL: <http://government.ru/programs/246/events/>

2. Дадашев А. З. Судостроение в Российской Федерации: учеб. пособие [для студентов вузов]. – Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2013. 240 с.

3. Жилина Л. Н. Государственная политика инновационной поддержки российского судостроения: факторы развития, цели и приоритеты // Карельский научный журнал. 2017. Т. 6. № 2(19) С. 129.

4. Киселев А.А. Повышение конкурентоспособности российского судостроения: ревизия моделей и стратегии модернизации. – Москва: ИНФРА-М., 2014. 240 с.

ИССЛЕДОВАНИЕ РАБОТЫ ПЕРСОНАЛА В АЭРОПОРТУ В КОНТЕКСТЕ ГОСТЕПРИИМНОГО СЕРВИСА

Я.В. Петрова, бакалавр
И.А. Слесарчук, канд. техн. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. В данной статье на основе понятий «гостеприимство» и «гостеприимный сервис» разработана модель гостеприимства предприятия сферы сервиса. Изучен мировой опыт и выделены отличительные особенности создания гостеприимной атмосферы в аэропорту. Предложены психологические методики для оценки показателей работы персонала в контексте гостеприимного сервиса в аэропорту.

Ключевые слова: аэропорт, гостеприимство, гостеприимный сервис, персонал, показатели.

A STUDY OF THE WORK OF STAFF AT THE AIRPORT IN THE CONTEXT OF A HOSPITABLE SERVICE

Abstract. In this article, based on the concepts of "hospitality" and "hospitable service", a model of hospitality of a service enterprise has been developed. The international experience has been studied and the distinctive features of creating a welcoming atmosphere at the airport have been highlighted. Psychological methods are proposed to assess the performance of staff in the context of hospitable service at the airport.

Keywords: airport, hospitality, hospitable service, staff, indicators.

Актуальность данного исследования заключается в том, что в настоящее время предприятия сферы услуг, в частности, аэропорты, внедряют концепцию гостеприимства, которая основывается на предоставлении комфортного и доброжелательного обслуживания. Однако, с учетом специфики деятельности аэропортов в настоящее время не определены показатели и методы оценки гостеприимного сервиса в аэропорту.

Научная новизна заключается в разработке модели гостеприимства, включающей в себя основные компоненты, обеспечивающие гостеприимную среду: инфраструктуру, персонал и процессы.

Объектом исследования является гостеприимный сервис в аэропорту. **Предмет исследования** – оценочные показатели гостеприимного сервиса работы персонала аэропорта.

Цель работы – определить методы оценочных показателей работы персонала в АО «Международный аэропорт Владивосток» в контексте гостеприимного сервиса. Для достижения указанной цели, решался ряд задач: выявить факторы, влияющие на создание гостеприимной атмосферы; проанализировать отличительные особенности гостеприимного сервиса в аэропорту; обобщить мировой опыт создания гостеприимной атмосферы в аэропортах; определить оценочные показатели работы персонала в аэропорту в контексте гостеприимного сервиса и методы их оценки.

В исследовании использовался ряд теоретических (анализ, синтез) и экспериментальных (интервьюирование, психологические методики, такие как: «Шкала тревоги» Спилбергера-Ханина, «Тест на конфликтность» Кноблех-Фальконетт, «Многофакторный опросник эмпатии Марка Дэвиса», «Карта-схема изучения психологического климата коллектива») **методов исследования**.

В процессе анализа понятия «гостеприимство» установлено, что данный термин не имеет единого толкования. Обобщая рассмотренные трактовки понятия «гостеприимство» разных авторов [3, 6], наиболее целесообразным является использование следующего определения: гостеприимство – это дружеская атмосфера, теплота персонала, вежливость и желание помочь.

Обобщая понятия «гостеприимство» и «гостеприимный сервис», в литературе [2] выделяют ряд принципов и ценностей, которые лежат в основе создания гостеприимной среды. К ценностям относятся: дружелюбие и доброжелательность, забота и внимание, гибкость, готовность оказать помощь, безопасность, актуальность. Перечисленные ценности положены в основу выделения

принципов, которых придерживается индустрия гостеприимства. К принципам относятся – профессионализм и отзывчивость, персонализация, высокое качество услуг, комфорт.

Все перечисленные принципы и ценности гостеприимства на предприятии обеспечиваются созданием гостеприимной среды за счет инфраструктуры, организации работы персонала и технологических процессов предприятия. Обобщив основные принципы и ценности, разработана модель гостеприимства, отражающая компоненты, обеспечивающие гостеприимную среду. Данная модель, представленная на рисунке, может быть применима к любому предприятию сферы сервиса, в частности, к аэропорту.

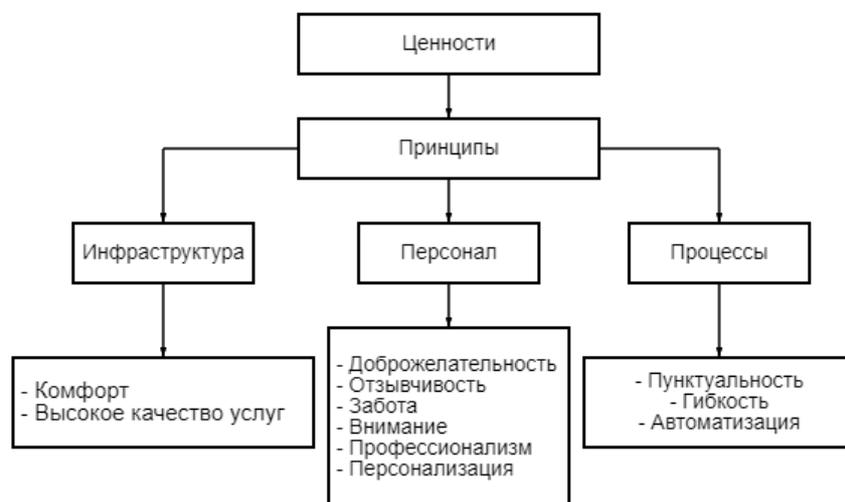


Рис. Модель гостеприимства на предприятии

Анализ мировой практики формирования гостеприимной атмосферы в аэропортах показал, что в настоящее время аэропорты активно внедряют концепцию гостеприимства, которая основывается на доброжелательном и радушном отношении персонала (вводят должность «Агент по гостеприимству» [5]), предоставлении высокого качества услуг (наличие гостиных для домашних животных; Fast-track – услуга сопровождения пассажира от входа в аэропорт до выхода на посадку), комфортного пребывания в залах ожидания (ботанический сад; бассейн на крыше терминала; современные lounge-зоны; фонтаны с питьевой водой на сенсорном управлении), при этом также происходит автоматизация различных процессов обслуживания (отдельные стойки регистрации для пассажиров с детьми; робот, который поможет доставить ручную кладь до выхода на посадку) [1].

Подтверждением теоретической модели служат результаты проведенного социологического опроса среди 30 пассажиров различных половозрастных категорий АО «Международный аэропорт Владивосток», которым был задан вопрос: «Что для Вас значит гостеприимный аэропорт?». В ходе проведения опроса установлено, что ключевым элементом создания гостеприимной среды в аэропорту является обслуживающий персонал аэропорта.

В связи с этим целесообразно воспользоваться ранее разработанной системой оценочных показателей работы персонала аэропорта в контексте гостеприимства [4]. Выявлено, что в данной системе отсутствуют методы оценки приведенных в таблице показателей работы персонала гостеприимного сервиса. Это связано с тем, что эти показатели достаточно сложны в определении, и для их оценки предложены разнообразные психологические методики.

Таблица

Методы оценки показателей гостеприимного сервиса в аэропорту

Показатели гостеприимного сервиса		Методы оценки
1-го уровня	2-го уровня	
Стандартизация	Стандарт внешнего вида	Соблюдение стандартов обслуживания
	Алгоритм общения с пассажирами	
	Запрещенные действия сотрудников	
	Нормы этики и этикета	

Показатели гостеприимного сервиса		Методы оценки
1-го уровня	2-го уровня	
Индивидуализация	Технологии обслуживания особых категорий пассажиров	
	Избежание конфликтных ситуаций	«Шкала тревоги» Спилбергера-Ханина, «Тест на конфликтность» Кноблохх-Фальконетт
Коммуникативность	Морально-этические качества	«Опросник состояния, характеристики и ориентации гнева», «Многофакторный опросник эмпатии» Марк Дэвис, «Карта-схема изучения психологического климата коллектива»
	Психолингвистические качества	
	Динамичность коммуникативного процесса общения (умение различать типы людей и находить к ним подход)	

Оценка работы персонала с использованием предложенных методов проведена для АО «Международный аэропорт Владивосток» среди сотрудников СОАП в количестве 12 человек. Им предлагался ряд методик, направленных на выявление уровня эмпатических способностей, конфликтности и тревоги, а также состояния психологического климата в коллективе.

По результатам проведенного исследования при помощи психологических методик («Шкала тревоги» Спилбергера-Ханина, «Тест на конфликтность» Кноблохх-Фальконетт, «Многофакторный опросник эмпатии» Марк Дэвис, «Карта-схема изучения психологического климата коллектива»), направленных на выявление уровня эмпатических способностей, конфликтности и тревоги, а также состояния психологического климата в коллективе, можно сделать вывод, что сотрудники имеют средний уровень тревожности, при этом спокойно реагируют на нестандартные ситуации в процессе обслуживания с пассажирами. Большинство опрошенных обладают эмпатическими способностями, которые характеризуются пониманием и проявления сострадания к человеку. Также в коллективе службы организации авиационных перевозок наблюдается высокий уровень благоприятности психологического климата, проявляется одобрение и поддержка, справедливое отношение ко всем членам коллектива.

Однако анализ мнений пассажиров о гостеприимстве в АО «Международный аэропорт Владивосток» показал, что сотрудники склоны проявлять грубость и недоброжелательность к пассажирам, при этом также наблюдается строгость в поведении сотрудника в процессе обслуживания, что не способствует созданию гостеприимной атмосферы.

В результате опроса персонала службы организации авиационных перевозок были выявлены следующие причины проявления недоброжелательного отношения сотрудников: недовольство размером заработной платы; нехватка сотрудников, особенно в «пиковые часы», и, вследствие этого, наличие напряженного графика работы; потребность в предоставлении жилья и бесплатном пользовании круглосуточной парковкой; отсутствие навыков английского языка в процессе коммуникации с пассажирами; постоянное напряжение ввиду строгого контроля за соблюдением стандартов обслуживания.

Таким образом, в ходе исследования выявлено, что ключевым элементом обеспечения гостеприимной среды в аэропорту является обслуживающий персонал. Он оказывает большое влияние на первое впечатление пассажиров о транспортном предприятии. Для оценки ранее разработанных показателей гостеприимного сервиса в аэропорту, предложены психологические методики, направленные на определение уровня эмпатических способностей и выявления уровня конфликтности и изучения уровня психологического климата в коллективе. Проведено исследование при помощи предложенных психологических методик и установлены основные причины недоброжелательного отношения сотрудников при взаимодействии с пассажирами.

1. В ожидании полета: необычные услуги в аэропортах мира. – Текст: электронный // Билетик Аэро. – URL: <https://www.biletik.aero/handbook/blog/v-ozhidanii-poleta-neobychnye-uslugi-v-aeroportakh-mira/>

2. Волк Е.Н. Основы гостеприимного сервиса: учебное пособие / Пермский государственный национальный исследовательский университет. – 2-е изд., перераб. И доп. – Пермь, 2020. – 186 с.

3. Индустрия гостеприимства: основы организации и управления: учебное пособие / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова, Ю.М. Белозерова, Е.Н. Кнышова. – Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2023. – 400 с. – (Высшее образование).

4. Комарова В.С., Слесарчук И.А. Анализ показателей качества обслуживания пассажиров и посетителей в аэропорту в аспекте гостеприимного сервиса // 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. Т.В. Терентьевой; Владивостокский государственный университет). – Владивосток: Изд-во ВВГУ, 2022. – С. 674-677.

5. Михайлова И. Встречать пассажиров в аэропорту Пулково будут агенты гостеприимства 50+. – Текст: электронный // Агентство социальной информации. – URL: <https://www.asi.org.ru/news/2022/07/22/vstrechat-passazhirov-v-pulkovo-budut-agenty-gostepriimstva-50> (дата обращения: 25.03.2024).

6. Сыромятникова Ю.А. К вопросу о содержании понятия «гостеприимство» в теории и практике туризма // Наука ЮУрГУ: Секции социально-гуманитарных наук: материалы 73-й научной конференции. – Челябинск, 2021. – С. 297-301.

УДК 656.072.6

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КЛИЕНТСКОГО СЕРВИСА ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРОЦЕДУР ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ АВИАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

П.А. Репко, бакалавр
И.А. Шеромова, д-р техн. наук, профессор кафедры ДЗТ

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Аннотация. Для гражданской авиации важным аспектом деятельности является обеспечение качественного клиентского сервиса. Организация клиентского сервиса имеет свои особенности, обусловленные приоритетностью решения задач, связанных с обеспечением авиационной безопасности. В частности, клиентский сервис при прохождении пассажирами процедур по обеспечению авиационной безопасности имеет определенные ограничения. Это требует более глубокого рассмотрения вопросов клиентского сервиса в аэропорту и формирования системы его оценки.

Ключевые слова: сервис, качество, клиентский сервис, гражданская авиация, авиационная безопасность, особенности формирования клиентского сервиса в аэропорту.

PECULIARITIES OF FORMATION OF CLIENT SERVICE DURING THE PASSAGE OF PROCEDURES TO ENSURE AVIATION SECURITY

Abstract. Providing quality customer service is an important aspect of civil aviation. The organization of customer service has its own peculiarities due to the priority of solving tasks related to aviation security. In particular, customer service has certain limitations when passengers go through aviation security procedures. This requires a deeper consideration of customer service issues at the airport and the formation of a system for its assessment.

Keywords: service, quality, customer service, civil aviation, aviation safety, peculiarities of formation of customer service at the airport.

Целью данного исследования является изучение особенностей формирования клиентского сервиса при прохождении процедур по обеспечению авиационной безопасности.

Исходя из этого, задачи исследования:

– рассмотреть понятия, связанные с темой, в том числе такие как «клиентский сервис», «качество клиентского сервиса», «удовлетворенность потребителя», «авиационная безопасность» и другие сопутствующие понятия;

– проанализировать компоненты качества клиентского сервиса и адаптировать их с учетом сферы их применения;

– сформировать критерии и показатели качества клиентского сервиса при прохождении процедур по обеспечению авиационной безопасности.

Научная новизна работы заключается в изучении особенностей формирования клиентского сервиса в сфере гражданской авиации с точки зрения процедур по обеспечению авиационной безопасности.

При проведении исследования был использован библиографический метод исследования.

К понятию «клиентский сервис» существует множество подходов, учитывающих как самого потребителя (будет ли это лояльный с точки зрения зарубежного маркетинга клиент или же заказчик, пользующийся услугами компании лишь единожды), так и рассматривающих его с точки зрения деятельности предприятия (клиентский сервис онлайн и офлайн имеет ключевые различия). В контексте авиационной безопасности наиболее точным будет следующее определение: «Клиентский сервис – совокупность действий, направленных на поддержку потребителей услуги от начала взаимодействия до завершения сотрудничества».

Клиентский сервис способствует решению ряда задач:

- 1) улучшение репутации и формирование позитивного представления о компании;
- 2) удержание клиента и мотивация его к повторному обращению;
- 3) конкурентное преимущество – при одинаковых ключевых характеристиках услуги или продукта потребитель выберет предприятие с наиболее комфортными условиями;
- 4) соответствие отраслевым и установленным на законодательном уровне стандартам.

Клиентский сервис офлайн включает в себя ряд определенных характеристик, таких как:

- тактичность, готовность помочь в решении возникающих вопросов;
- комфорт – в данном случае важно учитывать не только физический, но и психологический комфорт;
- забота о потребителе – помимо прочего, важна также предусмотрительность, что означает предугадывание потребностей большинства потребителей и заранее создавать условия для закрытия таких потребностей;
- профессионализм – наиболее важный пункт, отражающий необходимость в обслуживании потребителя в первую очередь с соблюдением всех стандартов.

Существуют некоторые базовые принципы клиентского сервиса, универсальные для большинства предприятий:

- грамотная коммуникация – необходимо точно и емко отвечать на вопросы клиентов, давать им развернутое обоснование различных решений;
- соблюдение корпоративной этики как при общении с клиентами, так и при общении с коллегами;
- искреннее участие включает в себя внимательность, готовность выслушать потребителя, вникнуть в его проблему; важно дать клиенту понять, что он понят и услышан, а персонал, в свою очередь, обязуется сделать все, что в его силах в рамках поставленной задачи. Если на решение вопроса требуется время, то необходимо всегда указывать четкие сроки или хотя бы временной диапазон;
- качественная работа с возражениями – их необходимо не только грамотно принимать, но также обрабатывать и улучшать сервис, стремясь избавиться от ошибок;
- гибкость как нужда в повышении удовлетворенности клиента в рамках реальных возможностей предприятия;
- ощущение надежности подразумевает под собой отсутствие конфликтов по вине персонала; потребитель должен чувствовать безопасность и защищенность своих прав и свобод, пользуясь услугами того или иного предприятия;
- быстрое реагирование на возникающие проблемы – такие недопонимания должны решаться сиюминутно и на месте;
- благодарность – потребителю важно знать, что предприятие в целом и персонал в частности рады тому, что он выбрал именно их.

Качество клиентского сервиса – актуальная тема для любого сервисного предприятия, так как от удовлетворенности клиентов зависит значительная часть прибыли предприятия. Авиационные предприятия, в том числе аэропорт, не являются в этом случае исключением. Однако в сфере гражданской авиации формирование клиентского сервиса должно осуществляться с учетом общих, достаточно жестко регламентированных требований, обязательность выполнения которых обусловлена одной из главных задач деятельности любого авиапредприятия – обеспечение авиационной безопасности. Обеспечение авиационной безопасности в аэропорту при обслуживании пассажиров достигается, прежде всего, за счет выполнения специальных процедур, прохождения и структура которых является обязательной и не зависит от пожеланий клиента. В связи с этим

исследование особенностей клиентского сервиса при прохождении процедур по обеспечению авиационной безопасности является, несомненно, актуальным направлением исследования сервисной деятельности аэропорта.

В пункте 3.1.4 ISO 9000-2008 дано следующее определение удовлетворенности потребителя. Удовлетворенность потребителя – это восприятие потребителем того, насколько удовлетворены его требования [1]. Любая организация должна ставить высокую удовлетворенность клиентов приоритетной для себя задачей, так как именно от степени удовлетворенности потребителя зависит решение о повторном использовании услуг организации. Для наиболее эффективного достижения деятельности, организациям также следует проводить постоянный мониторинг и анализ удовлетворенности потребителей услуг для выявления и исправления недочетов и усовершенствования процессов.

Существует несколько основных факторов удовлетворенности потребителей, однако в авиационной сфере наиболее важным является именно качество оказываемой услуги.

Согласно ГОСТ Р 50646-2012, качество услуги – совокупность характеристик или показателей качества услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя [2].

Правильный и обоснованный выбор критериев и показателей оценки применительно к такому фактору, как качество услуги, способствует качественному проведению оценки удовлетворенности потребителей. В этом случае улучшение качества предоставляемых услуг достигается посредством постоянного совершенствования процессов деятельности организации, для чего возникает необходимость в осуществлении деятельности сервисного предприятия с учетом всех требований и ожиданий потребителя.

Основными критериями оценки качественного клиентского сервиса являются:

- надежность;
- оперативность (реактивность);
- компетентность;
- доступность;
- обходительность;
- коммуникабельность;
- доверие;
- безопасность;
- понимание.

Стоит также отметить, что подобные критерии и показатели разительно отличаются, если мы говорим о сервисе в авиационной сфере, а конкретнее, сервисе, сопутствующем прохождению процедур по обеспечению авиационной безопасности.

Авиационная безопасность – комплекс мер, а также людские и материальные ресурсы, предназначенные для защиты гражданской авиации от актов незаконного вмешательства. С точки зрения российского законодательства, авиационная безопасность определяется как состояние защищенности авиации от незаконного вмешательства в деятельность в области авиации [3].

Следует отметить, что авиационная безопасность как сфера оказания услуг кроет в себе некоторые особенности, отсутствующие у большинства других сфер, как например:

- обязательность прохождения процедур по обеспечению авиационной безопасности – физический или психологический дискомфорт пассажира в таком случае не является причиной для отказа от прохождения процедур;
- невозможность отказа – в случае, если пассажир отказывается от прохождения процедур по обеспечению авиационной безопасности, он будет не только не допущен к рейсу, но также в его отношении будет проводиться проверка, так как отказ в этом случае приравнивается к попытке посягательства на безопасность других пассажиров и предприятия;
- приоритетность безопасности – безопасность пассажиров и предприятия всегда стоит на первом месте, вне зависимости от ситуации, что подразумевает отсутствие лояльности по отношению к пассажирам в случаях, если это противоречит принципам безопасности.

Некоторые из ключевых требований к проведению процедур по обеспечению авиационной безопасности также представлены в нижеприведенном перечислении:

- строгие требования безопасности: процедуры, связанные с авиационной безопасностью, направлены на защиту пассажиров и экипажа от возникновения и воздействия на них потенциальных угроз, из-за чего при прохождении таких процедур, клиентский сервис должен быть организован с полным соблюдением требований к безопасности;

- длительность процедур: некоторые процедуры занимают довольно продолжительный отрезок времени, вследствие чего организация клиентского сервиса должна учитывать необходимость пассажиров в комфортном ожидании;
- индивидуальный подход: в контексте авиационной безопасности важно учитывать, что у большинства пассажиров полет вызывает стресс, поэтому клиентский сервис в этом случае должен удовлетворять потребности каждого пассажира;
- коммуникация: для поддержания благоприятной атмосферы и ускорения процедур важно также обеспечить эффективную коммуникацию между персоналом и пассажирами. Персонал должен быть обучен языкам, которые наиболее распространены среди пассажиров, чтобы обеспечить понимание и предотвратить недопонимание;
- эффективность: процедуры по обеспечению авиационной безопасности должны быть организованы таким образом, чтобы минимизировать время, затрачиваемое на прохождение процедур, и максимизировать эффективность;
- доступность: клиентский сервис должен быть доступен для всех пассажиров, включая людей с ограниченными возможностями, что может включать в себя предоставление специальных услуг, таких как помощь при передвижении или использование специальных устройств для прохождения процедур;
- профессионализм: персонал должен быть квалифицированным и дружелюбным, чтобы обеспечить комфортное прохождение и ответить на вопросы пассажиров;
- инновации: использование новых технологий и инновационных подходов может улучшить клиентский сервис при прохождении процедур, обеспечивающих авиационную безопасность – автоматизированные системы контроля багажа или биометрические технологии могут сократить время, затрачиваемое на прохождение процедур, и улучшить общий опыт пассажиров;
- ответственность: ответственность за действие и бездействие, а также забота о безопасности пассажиров являются важными критериями для персонала, задействованного в сфере авиационной безопасности;
- обратная связь: обратную связь от пассажиров о клиентском сервисе при прохождении процедур, обеспечивающих авиационную безопасность, позволяет идентифицировать проблемы и улучшить сервис в последующем.

Оценка клиентского сервиса позволяет отследить эффективность процедур по обеспечению авиационной безопасности и удовлетворенность потребностей пассажиров. Таким образом, критерии качества клиентского сервиса видоизменяются от общих к более узким, нацеленным именно на сферу авиационной безопасности. Критерии качества клиентского сервиса при прохождении процедур по обеспечению авиационной безопасности и их показатели представлены на таблице.

Таблица

Критерии и показатели качества клиентского сервиса, применимые к сфере авиационной безопасности

Критерий оценки	Показатели
Профессионализм и дружелюбие сотрудников САБ	вежливость, дружелюбие, гибкость, коммуникабельность; стрессоустойчивость, неконфликтность; собранность, организованность, внимательность, добросовестность; быстрая обучаемость, высокая работоспособность.
Организация и эффективность процесса досмотра	Все регламенты процедуры четко соблюдены, ожидание в очереди и прохождение процедуры досмотра не превышает времени, установленного международным аэропортом Владивосток на прохождение этой процедуры, функционирование достаточного для прохождения досмотра количество интроскопов, рамок металлодетектора, сотрудников
Комфортность и удобство в зонах досмотра	Чистота в зоне ожидания, продажа продовольственных и непродовольственных товаров, количество открытых точек питания, простота ориентирования в зоне ожидания, количество функционирующих розеток и др.
Информационная поддержка пассажиров	Заблаговременное предоставление понятной и своевременной информации о процессе прохождения процедур, информирование о запрещенных к провозу в ручной клади вещей, отсутствие ситуаций, угрожающих авиационной безопасности (в процентном соотношении)
Решение проблем, возникающих в ходе досмотра	Дружелюбность сотрудников САБ, их собранность, готовность помочь в сложных ситуациях, стрессоустойчивость, стремление помочь пассажиру пройти все процедуры как можно быстрее и комфортнее

Все эти меры помогут обеспечить решение возникающих проблем и обеспечить высокий уровень обслуживания пассажиров в аэропорту, что в свою очередь повысит качество клиентского сервиса и общую удовлетворенность пассажиров.

В ходе данного исследования были сформированы критерии и показатели качества клиентского сервиса, применимые к сфере авиационной безопасности. Подобные критерии могут лечь в основу разработки различных программ для подготовки персонала служб авиационной безопасности.

1. ГОСТ Р ИСО 9000-2008. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200068733> (дата обращения: 06.04.2024).

2. ГОСТ Р 50646-2012. Услуги населению. Термины и определения // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200102288> (дата обращения: 06.04.2024).

3. Воздушный кодекс Российской Федерации (редакция от 1 апреля 2024 года) // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/9040995> (дата обращения: 06.04.2024).

УДК 656

ФОРМИРОВАНИЕ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТИ СЕРВИСНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ АО «ПОЧТА РОССИИ»

А.М. Селезнёва, бакалавр
Л.Ю. Фалько, канд. техн. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Аннотация. *Статья посвящена важному аспекту современного бизнеса – формированию клиентоориентированности на сервисных предприятиях. Выявлены основные компоненты деятельности, влияющие на формирование клиентоориентированности предприятия к которым относятся: товар/услуга, персонал, сервис и процессы, правила и стандарты, отношения с потребителями. Описаны основные стратегические направления АО «Почта России» по совершенствованию клиентоориентированности и их реализация на примере Сахалинского филиала.*

Ключевые слова: *клиентоориентированность, компоненты клиентоориентированности, стратегия, Почта России, отделение почтовой связи*

FORMATION OF A CUSTOMER-ORIENTED SERVICE ENTERPRISE ACCORDING TO THE PRINCIPLE OF RUSSIAN POST JSC

Abstract. *The article is devoted to an important aspect of modern business – the formation of customer focus in service enterprises. The main components of activity that influence the formation of a customer-oriented enterprise have been identified, which include: product/service, personnel, service and processes, rules and standards, relationships with consumers. The main strategic directions of Russian Post JSC to improve customer focus and their implementation are described using the example of the Sakhalin branch.*

Keywords: *customer focus, components of customer focus, strategy, Russian Post, post office.*

Клиентоориентированный подход стремительно внедряется во многих областях, между тем очень быстро развивается во многих отраслях, где происходит непосредственное взаимодействие с потребителями. Усиление и развитие конкурентных отношений, стремительные изменения во внешней среде, рост культуры потребления и уровня потребностей клиентов, постоянное появление новых технологий обуславливает необходимость поиска альтернативных путей стратегического управления.

Актуальность обусловлена тем, что клиентоориентированный подход за счёт повышения качества обслуживания клиентов и удовлетворения их потребностей, уровня сервиса является важ-

нейшим конкурентным преимуществом в условиях жесткой конкуренции на любом рынке. Привлечение клиентов и удержание наиболее прибыльных из них, обеспечивает рост доходности организации.

Научная новизна работы связана с выявлением основных компонентов деятельности, влияющих на формирование клиентоориентированности любого сервисного предприятия.

Объектом исследования в статье является клиентоориентированность предприятия.

Предмет исследования: формирование клиентоориентированности сервисного предприятия

Целью работы является: формирование клиентоориентированности сервисного предприятия на примере АО «Почта России».

В исследовании использовался социологический метод в форме анкетирования и метод сравнения.

Существует множество различных определений термина клиентоориентированность, но все они имеют общие составляющие такие, как: понимание потребностей, удовлетворение клиентов, построение долгосрочных отношений, увеличение прибыли [1].

В настоящем исследовании принято определение клиентоориентированности Р.В. Руднева, поскольку оно представляется авторам наиболее полным и всеобъемлющим: «Стратегический подход к развитию организации, обеспечивающий повышение ее конкурентоспособности и рост доходности, подразумевающий мобилизацию всех ее ресурсов на выявление, вовлечение, привлечение клиентов и удержание наиболее прибыльных из них, за счет повышения качества обслуживания клиентов и удовлетворения их потребностей» [2].

В результате теоретического исследования выполнен анализ структуры компонентов клиентоориентированности и выявлены 5 основных компонентов, которые в совокупности позволяют компании достичь желаемого результата (таблица).

Таблица

Основные компоненты клиентоориентированности

Компонент	Значение
Продукт/услуга	Продукт (услуга), ориентированный на потребителя, позволяет компании: повысить лояльность клиентов, снизить количество негативных отзывов, увеличить товарооборот, а также обеспечить неоспоримые конкурентные преимущества.
Персонал	Персонал, ориентированный на клиента, помогает укреплять лояльность клиентов, стимулировать рост прибыли и продаж, увеличивать клиентскую базу, резко сокращать расходы на маркетинг и продвижение, повышать репутацию компании и сокращать текучесть кадров.
Сервис и процессы	Сервис и процессы, помогают клиентам оставаться удовлетворенными работой организации и возвращаться за товаром/услугой снова, что в конечном итоге приводит к увеличению доходов от продаж как на старых, так и на новых рынках.
Правила и стандарты	Стандартизация процессов на предприятии для эффективного выстраивания бизнеса, совершенствования производственных процессов, обеспечения стабильного качества и конкурентоспособности продукции или выполнения работ, оказания услуг.
Отношения с клиентами	Построение долгосрочных отношений с потребителями, которые обеспечат стабильный доход организации.

Предложенная в настоящей работе структура клиентоориентированности апробирована в процессе анализа стратегии развития АО «Почта России» на период с 2020 до 2030 года.

Анализ позволил оценить уровень клиентоориентированности организации. Основные направления данной стратегии по 5 компонентам представлены на рисунке [3].

Анализ показал, что в стратегии АО «Почта России» предусмотрены цели по всем компонентам клиентоориентированности. Таким образом, стратегия развития направлена на ребрендинг организации, на повышение её клиентоориентированности.

В работе выполнен анализ деятельности АО «Почта России» в Сахалинской области по внедрению данной стратегии и совершенствованию сервиса по выше перечисленным компонентам. Сахалинской область входит в макрорегион «Дальний Восток». В области расположено 78 почтовых отделений, общая численность сотрудников насчитывает около 390 сотрудников [4]. Организация здесь не так быстро развивается, как в центральной России, однако развитие все же есть.

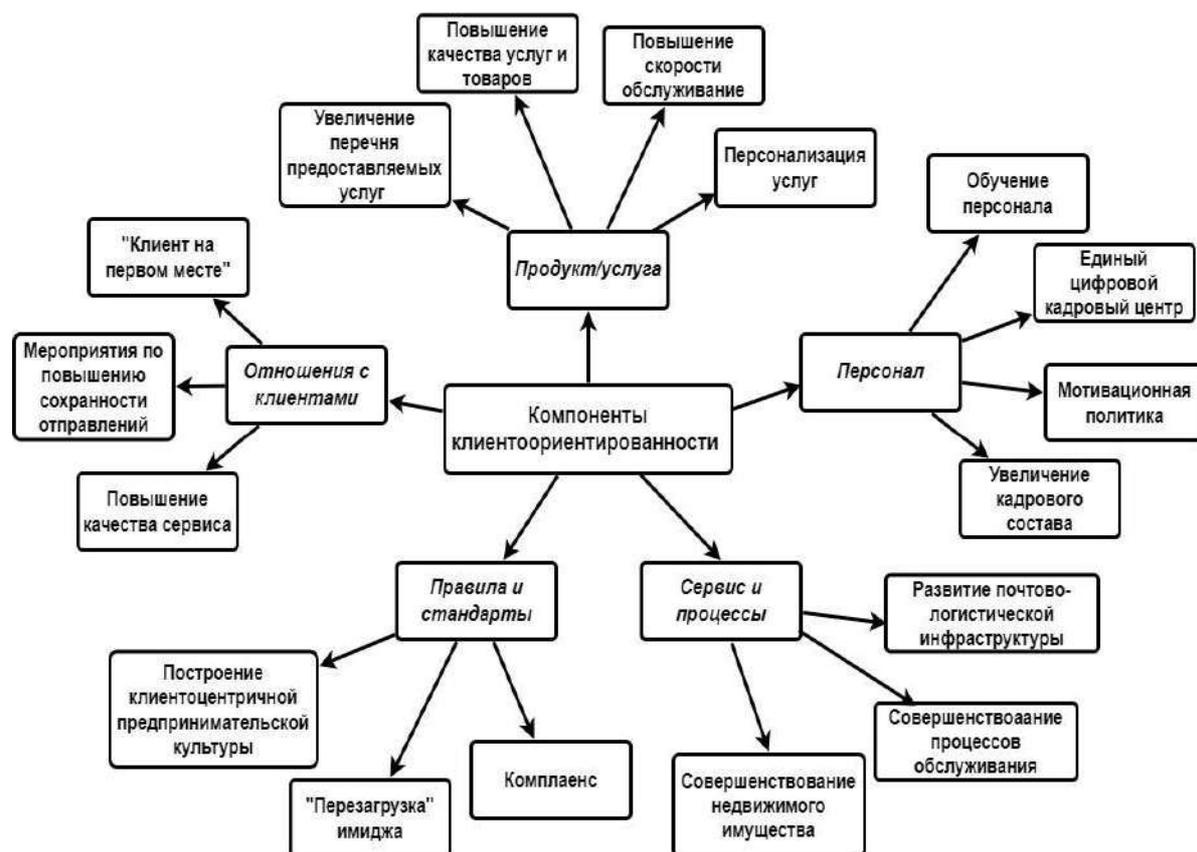


Рис. Основные направления стратегии АО «Почта России»

Деятельность по совершенствованию товаров и услуг (первый компонент) предполагает увеличение перечня предоставляемых услуг, повышение качества услуг и товаров, их персонализация, а также повышение скорости обслуживания. На данное время в Сахалинской области работают над поставленными задачами: появляются новые оборудования в отделениях почтовой связи, продажа лекарственных препаратов является одной из самых приоритетных для введения в перечень услуг.

Второй компонент клиентоориентированности – это персонал. Персонал играет ключевую роль в деятельности организации, именно поэтому руководство АО «Почта России» задумываются о создании корпоративного университета для непрерывного обучения и повышения квалификации сотрудников на основе ценностно-ориентированного подхода. Так же планируется реализация проекта электронного кадрового документооборота и переход к единым цифровым кадровым центрам, решающим типовые запросы сотрудников. В планах осуществить эффективную систему вознаграждения, повышение заработной платы сотрудников, основанной на данных рынка и принципах внутренней справедливости. Поддержание предпринимательской культуры через программы проектной, долгосрочной и разовой мотивации. Вместе с тем запуск системы нематериальной стимуляции с ориентацией на персональные потребности сотрудников.

В Сахалинской области в рамках работы по повышению качества и клиентоориентированности «Почта России» ужесточает контроль за работой персонала на всех уровнях и усиливает административные меры взыскания для почтовых работников, недобросовестно выполняющих свои должностные обязанности. Результаты последних проверок, проведенных по инициативе руководства Почты России, показали недостаток компетентности отдельных руководителей, профессионализма и этических качеств ряда почтовых работников, непосредственно обслуживающих клиентов.

Недостаток кадров усложняет работу сахалинских отделений. Почти везде по Южно-Сахалинску штат недоукомплектован, в связи с чем часы работы почтовых отделений сокращены.

Постановлением правительства Сахалинской области от 13 сентября 2023 установлена величина прожиточного минимума в Сахалинской области на 2024 год: на душу населения – 20 745 рублей, для трудоспособного населения – 22 612 рублей,

Из 1712 работающих на почте России, в соответствии с их действующим штатным расписанием, 401 работник получает меньше минимального размера оплаты труда, а сейчас – уже и меньше прожиточного минимума. В связи с этим на работу принимаются неквалифицированные

сотрудники без образования и опыта работы, которые не желают обучаться и добросовестно выполнять свои обязанности за такую небольшую оплату труда.

Третий компонент клиентоориентированности – это сервис и процессы. Данный компонент клиентоориентированности в большей степени подвержен изменениям и требует большой работы. Во-первых, это работа с почтово-логистической инфраструктурой: задумываются о внедрении технологии оптимизации транспортных маршрутов, применение «бережливого производства» для повышения логистических операций. Большое внимание уделяется развитию курьерской службы, формированию единой информационной транспортной платформы. Так же оптимизации и расширению транспортного парка, повышению эксплуатационной эффективности.

Сахалинская область находится на начальной стадии развития данных направлений, за последние несколько лет произошло увеличение количества специализированных автотранспортных средств, что увеличило возможность курьерской доставки в более короткие сроки, однако существует сложность с подбором персонала на данную должность. Всего на территории области действуют 156 автомобильных почтовых маршрутов. Для межобластного сообщения используется авиационный и морской транспорт. С апреля 2020 г. благодаря оптимизации логистических перевозок Почта России сократила в среднем на три дня сроки пересылки почтовых отправок между городами с численностью населения свыше 50 тыс. человек, а также временно увеличила срок хранения посылок в почтовых отделениях до двух месяцев.

Во-вторых, это работа с процессами обслуживания, такими как: усовершенствование точек обслуживания, обеспечение предоставления услуг в шаговой доступности, внедрение удобных и эффективных форматов обслуживания и снижения очередей в отделениях почтовой связи, оптимизация приема и выдачи почтовых отправок.

Сахалинская область стала лидером в рейтинге дальневосточных регионов по числу предварительной записи клиентов в почтовые отделения. Количество обращений по записи на одно почтовое отделение составило 195. Более 90% онлайн-записей на определенное время обслуживания компания получает от клиентов с помощью мобильного приложения, остальные предпочитают записываться на сайте Почты России. Однако не во всех городах Сахалинской области действует предварительная запись в отделение почтовой связи.

В-третьих, работы направлены на усовершенствование недвижимого имущества, а именно повышение эффективности его использования, внедрение системы метрик, характеризующих утилизацию использования объектов, капитализация и реконструкция объектов недвижимости, реализация недвижимого имущества, не соответствующего целям деятельности.

Что касается реконструкции помещений то, по три сельских отделений "Почты России" в Холмском районе, в Корсаковском районе, в Невельском районе и в Углегорском районе Сахалинской области в 2022 году отремонтировали и модернизировали. Так же были полностью отремонтированы 3 отделения, и частично отремонтированы 5 отделений в Южно-Сахалинске. Во многих отделения области уже проводят подготовку к ремонту.

Четвертый компонент – это правила и стандарты. В основном это задачи на «перезагрузку» имиджа организации, построение клиентоцентричной предпринимательской культуры с фокусом на командное взаимодействие, комплаенс (деятельность, направленная на создание корпоративной системы, обеспечивающей соблюдение требований применимого законодательства, правил и стандартов). Внедрение корпоративной бизнес-этики, повышение уровня осведомленности и знаний сотрудников о применимых правилах, требованиях и ограничениях, касающихся их работы. Большое внимание уделяется обратной связи, для этого считают необходимым внедрить работающие формы обратной связи для своевременного выявления нарушений и оперативного устранения их причин.

Сотрудники на всех уровнях АО «Почты России» должны соблюдать требования законодательства, правил и стандартов. Основными нормативно-правовыми документами являются: Устав АО «Почта России» (утв. 20.09.2019, с изменениями от 29.09.2021), Стратегия развития АО «Почта России» 2020-2030 гг., Антикоррупционная политика АО «Почта России» (утв. 31.07.2020), Этический кодекс АО «Почта России» (утв. 17.12.2019), Федеральный закон «О связи», Федеральный закон «О почтовой связи», Правила оказания услуг почтовой связи, Политика Почты России в сфере обработки персональных данных, Политика Почты России по защите персональных данных клиентов и другие [5].

С помощью анкетирования потребителей Сахалинского филиала АО «Почта России» и изучения отзывов в интернет ресурсах было выявлено, что не все сотрудники отделений почтовой связи соблюдают данные требования. Потребителями выделены следующие несоответствия тре-

бованиям: малая осведомленность персонала об услугах, которые предоставляет организация; отсутствие надлежащего приветствия и прощания с клиентом; неуважительное, грубое отношение к потребителям, однако ведется работа, направленная на качественное обучение сотрудников и заинтересованность в данных профессиях.

Пятый компонент клиентоориентированности – это отношения с клиентами. К нему относятся повышение качества сервиса и поддержки, проведение мероприятий по повышению сохранности отправок и повышение комфорта клиентов, также снижение очередей, возможность проверить и примерить товар, оформить быстрый возврат. Организация задумывается о внедрении CRM и сборе данных обо всех транзакциях, опросах, анализах данных об отправлениях и операциях для обогащения данных в привязке к пользователю. Планируется формирование единой и самообновляющейся базы знаний о клиентах, для понимания образа жизни, интересов, психотипа клиента, для дальнейшего успешного взаимодействия. Построение знания о продуктах и услугах Почты России: ведение непрерывной информационной активности в цифровых каналах коммуникации и другие. Соблюдение принципов стратегии «Клиент на первом месте» такие как: добросовестность и честность, доверие, искренность и желание помочь, меньше обещаний, больше дела, знание того, что хочет клиент, персональный подход к каждому клиенту, внимание к мелочам, умение не только понять, но и принять мнение клиента, удовлетворение потребностей клиента, работать лучше конкурентов, превосходить ожидания клиентов.

Сахалинский филиал нацелен на долгосрочное взаимовыгодное сотрудничество со своими клиентами и несет ответственность за надежность и качество услуг. От качества обслуживания зависит результат и успешность работы. Как было сказано ранее, работа персонала отделений почтовой связи оставляет желать лучшего, именно поэтому основной задачей является работа с персоналом, чтобы все работники без исключения общались с клиентами уважительно, соблюдали все локальные нормативные акты, регулирующие взаимодействие с клиентами, предпринимали все зависящие от него меры, чтобы не допустить конфликтной ситуации с клиентом, в случае, если конфликтная ситуация с клиентом возникнет, работники прикладывали все усилия для мирного урегулирования такой ситуации.

Таким образом, в ходе исследования выделены компоненты клиентоориентированности: товар/услуга, персонал, сервис и процессы, правила и стандарты, а также отношения с клиентами. По этим компонентам описаны основные направления стратегии АО «Почта России» и приведена их реализация на примере Сахалинского филиала.

АО «Почта России» стремится к развитию и основными задачами стратегии является: обеспечить цифровизацию почтовых услуг, обеспечить доступность социальных и государственных сервисов по всей стране, стать логистическим партнером №1 для участников рынка электронной коммерции, предоставить населению страны базовые финансовые услуги в шаговой доступности, повысить доступность качественных и недорогих товаров народного потребления, сформировать клиентоцентричную культуру, произвести ребрендинг продуктов и цифровую трансформацию бизнесов.

Основным компонентом для создания клиентоориентированной организации является персонал, так как именно персонал задействован в работе всех остальных компонентов клиентоориентированности. АО «Почта России» мало заботится о своих внутренних клиентах, не предоставляет нужных условий для комфортной и плодотворной работы. Нет грамотного привлечения и отбора персонала, на работу берут людей без подходящего образования, без опыта работы. Вместе с тем, этих кандидатов особо не обучают, редко можно увидеть продолжительную адаптацию с наставником. Система материальной мотивации слабо развита: низкая заработная плата, которая порой не доходит до прожиточного минимума, премирование сотрудников происходит крайне редко. Нет профессионального развития, слабая организационная культура. Именно поэтому, работа с персоналом должна быть приоритетной в данной стратегии развития.

Стратегия АО «Почты России» распространяется и на Сахалинскую область, однако изменения в данном регионе происходят медленно и многие стратегические направления, и задачи не являются приоритетными на данный момент. Самая главная задача, которая стоит перед филиалом – это работа с персоналом, их обучение, пересмотр правил найма и трудоустройства и разработка мотивационной политики. Ведь только удовлетворенный внутренний клиент способен создать удовлетворенного внешнего клиента.

1. Клиентоориентированность: понятие, сущность, подходы к пониманию. – Текст: электронный // Cyberleninka [сайт]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klientoorientirovannost-ponyatie-suschnost-podhody-k-ponimaniyu/viewer> (дата обращения: 26.10.2023).

2. Руднев Р.В. Клиенториентированный подход в работе современной строительной компании / Рекламный рынок России: проблемы и перспективы. Международная научно-практическая конференция (20 апреля 2010 г.): материалы и доклады / под общ. ред. проф. Е.В. Сибирской. – Орёл: ОрёлГИЭТ, 2010. – 260 с. (С. 49-54)

3. Обзор стратегии развития 2020-2030. – Текст: электронный // Почта России [сайт]. – URL: <https://www.pochta.ru/documents/10231/3481172613/> (дата обращения: 25.12.2023).

4. Почта России // [pochta.ru](https://www.pochta.ru/): официальный сайт компании. – URL: <https://www.pochta.ru/> (дата обращения: 25.12.2024).

5. Учредительные и внутренние документы. – Текст: электронный // Почта России [сайт]. – URL: <https://www.pochta.ru/company/documents> (дата обращения: 25.12.2023).

УДК 338.984

ИССЛЕДОВАНИЕ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ПОСТРОЕНИЯ БИЗНЕС-МОДЕЛИ ПО ШАБЛОНУ ОСТЕРВАЛЬДЕРА НА ПРИМЕРЕ ООО «ТБСТРОЙ-НАХОДКА»

К.А. Сороквашина, бакалавр
И.А. Шеромова, д-р техн. наук, профессор

Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия

Аннотация. Статья посвящена исследованию особенностей применения бизнес-модели по шаблону Остервальдера при анализе возможных направлений развития предприятия. Апробация результатов работы проведена на примере строительной организации ООО «ТБСтрой-Находка», в отношении которой определены направления развития деятельности, и выполнено обоснование целесообразности внедрения нового вида услуг, а именно услуг доставки.

Ключевые слова: деятельность предприятия, развитие деятельности, бизнес-модель, шаблон бизнес-модели Остервальдера, транспортные услуги, услуги доставки.

STUDY OF THE DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISE'S ACTIVITY BASED ON THE CONSTRUCTION OF A BUSINESS MODEL ACCORDING TO THE OSTERWALDER TEMPLATE USING AN EXAMPLE LLC «TBSTROY-NAKHODKA»

Abstract. The article is devoted to the study of the features of applying a business model according to the Osterwalder template when analyzing possible directions for the development of an enterprise. The testing of the results of the work was carried out using the example of the construction organization LLC «TBStroy-Nakhodka», in relation to which the directions for the development of activities were determined, and the feasibility of introducing a new type of service, namely delivery services, was justified.

Keywords: enterprise activity, activity development, business model, Osterwalder business model template, transport services, delivery services.

Актуальность исследования. Рост конкуренции на рынке требует от предприятий постоянного развития деятельности, в том числе за счет расширения ассортимента оказываемых услуг. Однако определение направлений такого развития требует глубокого анализа всех аспектов деятельности предприятия и серьезного обоснования принимаемых решений. Проведение глубокого и обоснованного анализа невозможно без применения специального инструментария, среди прочего, предоставляющего возможность для систематизации исходной информации. В качестве такого инструментария, как показывает анализ специальной литературы, могут быть использованы различные бизнес-модели. В связи с этим рассмотрение особенностей практического применения бизнес-модели деятельности организации по шаблону Остервальдера в аспекте развития конкретного предприятия за счет внедрения нового вида услуг, представляет несомненный интерес.

Научная новизна работы состоит в определении конкретных путей, обеспечивающих возможности практического применения бизнес-модели по шаблону Остервальдера.

Объектом исследования выступает бизнес-модель для оценки деятельности предприятия, а его **предметом** – возможности использования бизнес-модели по шаблону Остервальдера для обоснования направлений развития деятельности предприятия.

Целью работы является исследование возможностей использования бизнес-модели для определения направлений совершенствования деятельности предприятия. Для достижения поставленной цели важно решить ряд **задач**, а именно:

- проанализировать возможности и особенности применения бизнес-моделей, в том числе бизнес-модели по шаблону Остервальдера, при анализе деятельности предприятия;
- определить практические аспекты применения бизнес-модели Остервальдера для анализа деятельности предприятия;
- выполнить апробацию бизнес-модели по шаблону Остервальдера на примере анализа деятельности ООО «ТБСтрой-Находка» в аспекте внедрения новых видов услуг.

Основным **методом исследования** является библиографический метод. При апробации бизнес-модели по шаблону Остервальдера для анализа деятельности ООО «ТБСтрой-Находка» в аспекте внедрения новых видов услуг, дополнительно использовался социологический метод, а именно опрос в форме анкетирования.

Основной целью любого коммерческого предприятия является получение прибыли. С учетом динамичности развития предприятий в современном мире, компания должна постоянно совершенствоваться в условиях конкуренции, чтобы сохранить свою прибыль и в будущем ее приумножить.

В определении направлений деятельности, которые будут являться перспективными для компании, важную роль играет метод, основанный на использовании бизнес-моделей, которые позволяют проанализировать деятельность компании на макроуровне и выявить все составляющие ее элементы.

Бизнес-модель – это инструмент, помогающий представить и описать бизнес-процессы и ключевые элементы бизнеса в удобном и наглядном формате.

В настоящее время в практике анализа деятельности предприятий используются различные виды бизнес-моделей: диаграммное проектирование, структура процесса оказания услуг, Swim-line, точки соприкосновения, карта пути клиента, отличающиеся целью, сферой применения, уровнем детализации, широтой и глубиной анализа, уровнем деятельности предприятия, для которого она применима и т.п.

Одной из наиболее распространенных бизнес-моделей, используемых при анализе деятельности на уровне предприятия в целом, является бизнес-модель по шаблону Остервальдера. Данная модель была разработана швейцарским бизнес-теоретиком Александром Остервальдером совместно с американским профессором Ивом Пинье в начале XXI века. В 2010 году вышла в свет их совместная книга «Построение бизнес-моделей» [1]. Разработанный ими блочный шаблон стал сегодня фактически стандартом и используется практически повсеместно. Преимущество данной модели заключается в том, что на ней можно ставить различные эксперименты, прототипировать в больших количествах и в целом, объяснять, хранить, тестировать свои идеи, не прибегая к сложным построениям компаний в реальном времени. Построение бизнес-модели по шаблону Остервальдера помогает ясно видеть связи между различными аспектами бизнеса, идентифицировать потенциальные проблемы и возможности для роста. Кроме того, использование модели облегчает коммуникацию стратегий и планов между различными заинтересованными сторонами, включая, сотрудников и партнёров.

С помощью рассматриваемой бизнес-модели, решаются три глобальных задачи: управление компанией; наращивание стоимости; внедрение инноваций.

1. Управление компанией. С точки зрения авторов модели, управлять можно тем, что вполне понимаешь. Это утверждение может рассматриваться как аксиома. Модель дает принципиальное понимание того, как устроена компания и как устроен конкретный объект, которым нужно управлять. Модель отображает составные блоки укрупненно и наглядно показывает взаимосвязи между этими блоками. Понимая того, как данные блоки между собой связаны, лица, принимающее решение, приобретают возможность осознанного принятия тех или иных управляющих решений, способных привести компанию именно к тем целям, которые были поставлены.

2. **Наращивание стоимости.** Данная задача заключается в наращивании стоимости для самой организации. Бизнес-модель является языком, который позволяет структурно рассказать инвестору, на чем можно зарабатывать в будущем.

3. **Внедрение инноваций.** Бизнес-модель является тем формализованным языком, который позволяет смоделировать и описать будущий бизнес, построенный с учетом предлагаемой инновации, как законченную логическую единицу, способную нормально функционировать.

Данный шаблон состоит из 9-ти структурных блоков, каждый из которых помогает кратко, на одном листе, описать концепцию бизнеса: ценностное предложение; потребительские сегменты; каналы сбыта; взаимоотношения с клиентами; потоки поступления доходов; ключевые виды деятельности; ключевые ресурсы; ключевые партнеры; структура издержек. Подробно характеристика шаблона бизнес-модели Остервальдера дана в таблице.

Таблица

Требования к содержанию бизнес-модели Остервальдера по структурным блокам шаблона

Структурный блок	Общая характеристика содержания	Перечень вопросов, на которые нужно ответить при заполнении блока
1. Ценностное предложение	Ценностное предложение лежит в основе любой бизнес-модели и описывает преимущества, которые товары или услуги предприятия дают определённом сегменту клиентов.	<ul style="list-style-type: none"> – какой продукт/услугу вы предлагаете? – как именно продукт/услуга решает проблему/задачу клиента? – в чем его/ее основное отличие от конкурентов?
2. Потребительские сегменты	Определяются потребительский сегмент – группа/группы и категории клиентов, которые компания рассчитывает привлекать и обслуживать.	<ul style="list-style-type: none"> – кто ваш главный клиент? – для кого вы изготавливаете продукцию/предоставляете услугу? – в какой ситуации находится потребитель? – для какой работы вас нанимают? – какие проблемы испытывает потребитель? – какой результат хочет получить потребитель?
3. Каналы сбыта	Описывает, как компания взаимодействует с клиентами и доносит до них свои ценностные предложения.	<p>Через какой канал вы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – информируете клиента о ваших продуктах/услугах; – помогаете ему выбрать продукт/услугу; – доставляете продукт/предоставляете услугу; – коммуницируете после продажи.
4. Взаимоотношения с клиентами	Описывает отношения, которые устанавливаются у компании с отдельными сегментами клиентов.	<ul style="list-style-type: none"> – как вы вкладываетесь в эти отношения? – какого вклада в отношения вы ожидаете от клиента?
5. Потоки поступления доходов	Описываются источники поступления доходов, возникающие благодаря успеху ценностного предложения, сделанного клиентам.	<ul style="list-style-type: none"> – какова ваша модель монетизации? – какие есть сторонние источники доходов у вашего ценностного предложения?
6. Ключевые виды деятельности	Описывает ключевые виды деятельности компании, которые необходимы для реализации ее бизнес-модели.	<p>Какие главные действия нужно совершать, чтобы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – создать ценностное предложение? – привлечь клиентов, обеспечить сбыт? – установить нужные вам взаимоотношения с клиентами? – обеспечить монетизацию?
7. Ключевые ресурсы	Описываются наиболее важные ресурсы, необходимые для функционирования бизнес-модели.	<p>Какие ресурсы нужны, чтобы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – создавать ценностное предложение? – привлекать клиентов, обеспечивать сбыт? – устанавливать нужные вам взаимоотношения с клиентами? – обеспечивать монетизацию?

Структурный блок	Общая характеристика содержания	Перечень вопросов, на которые нужно ответить при заполнении блока
8. Ключевые партнеры	Описывает сеть поставщиков, партнёров и дополнителей, благодаря которым функционирует бизнес-модель.	– какие внешние партнеры смогут поставить вам необходимые ресурсы? – какие внешние партнеры смогут выполнить для вас ключевые активности?
9. Структура издержек	Описываются наиболее существенные расходы, связанные с функционированием бизнес-модели.	– какие в этой модели постоянные расходы? – какие переменные расходы? – есть ли экономия на масштабе?

Построение бизнес-модели по шаблону предполагает заполнение данных блоков в любом порядке, удобном для составляющего. При этом, описывая потребительские сегменты, важно учесть, что при построении бизнес-модели необходимо опираться на чёткое понимание специфических нужд клиентов избранных сегментов. На этапе заполнения блока «Взаимоотношения с клиентом» нельзя забывать о том, что компания должна четко определить, какой тип взаимоотношений она устанавливает или хочет установить с каждым сегментом клиентов, а также обязательно нужно учитывать, какого типа отношений ждет каждый сегмент клиентов и каких расходов это требует. Определяя и описывая ключевые виды деятельности, необходимо понимать, что это самые важные действия компании, без которых ее успешная работа невозможна. При описании ключевых ресурсов должна идти речь о ресурсах, позволяющих компании создавать для клиентов ценностные предложения, выходить на рынок, поддерживать связи с сегментами клиентов и получать прибыль. Содержание же блока «Структура издержек» должно дать ответ, на что ориентирована бизнес-модель: на увеличение ценности или на снижение издержек?

Данная модель применима к деятельности организации любого рода. Исследование настоящей статьи направлено на выявление возможности внедрения дополнительных услуг в практику деятельности конкретного предприятия. Данный этап работы выполнялся на примере ООО «ТБСтрой-Находка».

ООО «ТБСтрой-Находка» создана в 2022 году и в настоящее время является динамично развивающейся строительной компанией, основной целью деятельности которой, как и любого коммерческого предприятия, является получение прибыли. Основным видом деятельности ООО «ТБСтрой-Находка» является производство изделий из бетона для использования в строительстве. К дополнительным видам деятельности относятся: производство не металлической минеральной продукции; производство битуминозных смесей на основе природного асфальта или битума, нефтяного битума, минеральных смол или их пеков; строительство жилых и нежилых зданий; производство бетонных и железобетонных работ; производство земельных работ; торговля оптовая моторным топливом; внешнеэкономическая деятельность; иная деятельность, не запрещенная законодательством РФ.

В настоящее время руководством компании поставлена задача по расширению видов деятельности, в частности по внедрению в ассортимент оказываемых услуг доставки. Решение данной задачи требует всесторонней оценки возможности и перспективности внедрения данной услуги.

Для обоснования целесообразности расширения видов деятельности предприятия за счет внедрения услуги доставки, проведено исследование, направленное на выявление имеющихся на предприятии ресурсов и определение потребностей компании в отношении решения поставленной задачи.

На первом этапе исследования была разработана бизнес-модель деятельности предприятия по шаблону Остервальдера. Данная модель представлена на рисунке.

<p>Ключевые партнёры</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Строительные магазины ✓ Поставщики материалов ✓ Строительные организации ✓ Подрядчики и субподрядчики ✓ Архитекторы и дизайнеры 	<p>Ключевые виды деятельности</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Производство изделий из газобетона для использования в строительстве ✓ Строительство жилых и нежилых зданий <p>Ключевые ресурсы</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Квалифицированные сотрудники ✓ Качественное оборудование (ленточный конвейер, автоматизированный резательный комплекс, камера термообработки, парогенератор, шнековый транспортер, смеситель) ✓ Оригинальная технология 	<p>Ценностные предложения</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Выполнение работы с соблюдением стандартов строительства ✓ Качественная работа в установленные сроки ✓ Воплощение самых сложных проектов ✓ Выгодные цены при строительстве домов из газобетона компании ✓ Единственное в городе производство газобетона ✓ Самовывоз газобетона 	<p>Взаимоотношения с клиентами</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Прямые коммуникации ✓ По звонку ✓ Онлайн <p>Каналы сбыта</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Рассылка рекламы в соц. сетях (WhatsApp, ВК) ✓ Интернет сайты (Яндекс, Google) ✓ Мобильное приложение (Вся Находка, Farpost) ✓ Реклама в печатном виде (визитки, баннеры) 	<p>Потребительские сегменты</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Люди, нуждающиеся в строительстве ✓ Крупные торговые компании ✓ Государственные организации ✓ Ландшафтные дизайнеры и архитекторы
<p>Структура издержек</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Зарплата сотрудников ✓ Закупка рекламы ✓ Закупка материалов для работы ✓ Оплата интернета и связи ✓ Оплата налогов ✓ Оплата коммунальных услуг 		<p>Потоки поступления доходов</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Производство и установка изделий из газобетона ✓ Строительство и проектирование 		

Рис. Бизнес-модель ООО «ТБСтрой-Находка»

Анализ ключевых видов деятельности, отраженных в бизнес-модели ООО «ТБСтрой-Находка», показывает, что предприятие производит востребованную потребителем продукцию из газобетона, которая реализуется непосредственно предприятием и специфика свойств которой требует особых условий ее перемещения от места приобретения к месту потребления, а именно доставки с использованием грузовых видов транспорта. Однако среди ценностных предложений выделен только самовывоз газобетона, что требует от покупателя дополнительных временных затрат на поиск транспортных средств или обращения в организации, осуществляющие грузоперевозки подобных грузов. Безусловно, что для определенного сегмента клиентов, самовывоз, может являться ценностным предложением, к примеру, для тех заказчиков, которые располагают личным грузовым автомобилем. Но для большинства клиентов данный факт может стать весомым аргументом в пользу выбора другой компании, которая реализует свою продукцию с включенной доставкой товара.

Все вышесказанное позволяет обоснованно предположить, что при наличии услуги доставки этого вида продукции предприятия ее покупатели, с большой долей вероятности, воспользуются данной услугой, так как это сэкономит им время, затрачиваемое на приобретение товара. Таким образом, можно сделать вывод, что услуга доставки будет востребована. Кроме того, внедрение услуги доставки, в свою очередь, может привести к увеличению объема продаж за счет привлечения клиентов, которые ранее данную продукцию на предприятии не приобретали, а делали это через посредников, во избежание необходимости самостоятельного решения проблем по перевозке грузов, или обращались в другую компанию с включенной доставкой груза. Рост продаж будет способствовать и росту доходов, что может свидетельствовать в пользу внедрения услуги доставки.

Однако анализ ключевых ресурсов показывает, что компания ООО «ТБСтрой-Находка», располагая качественным оборудованием для изготовления газобетона, не имеет нужных автотранспортных средств для доставки изготавливаемой продукции. В связи с этим, фактическая доставка груза возможна только с привлечением грузовой транспортной компании на условиях субподряда или иных условиях. Следовательно, в ключевые партнеры компании следует добавить арендодателей автотранспорта и субподрядные транспортные компании. Для этого компании необходимо подобрать и заключить договор с подрядчиками, которые будут заниматься доставкой грузов. К поиску подрядной организации стоит подходить ответственно по той причине, что повреждение продукции при транспортировке может повлечь за собой финансовые убытки и потерянное время на выяснение обстоятельств и устранение недостатков.

Во избежание внештатных ситуаций компания может арендовать автотранспортные средства на долгосрочный период, но для этого ей понадобится расширить штат сотрудников и принять на работу водителей для доставки. Однако на арендованных автомобилях появляется возможность дополнительно разместить рекламные баннеры, что, в свою очередь, послужит способом привлечения большего числа клиентов и, в дальнейшем, даст возможность дополнительной монетизации.

Таким образом, анализ деятельности предприятия с использованием бизнес-модели по шаблону Остервальдера, позволяет предположить, что транспортные услуги, а именно услуги доставки, могут быть внедрены в данную компанию. Для подтверждения востребованности такой услуги был проведён опрос клиентов.

Исследование проводилось в ноябре 2023 года на протяжении двух недель. В опросе участвовал 41 человек, среди них были как постоянные, так и новые клиенты компании. Для исследования был выбран метод анкетирования. Анкета включала 10 вопросов. Цель опроса: определение потребностей клиентов; идентификация потенциальных преимуществ; принятие обоснованного решения.

Анализ результатов исследования показал, что в большей степени клиенты заинтересованы в доставке газобетона на строительную площадку, но также есть интерес к междугородней доставке и доставке специализированного оборудования. Также в ходе исследования выявлено, что большинство респондентов готовы платить за услугу доставки, если цена будет разумной, что свидетельствует в пользу выбора клиентами компании с включенными услугами доставки. Кроме того, некоторые клиенты готовы платить за удобство доставки.

Таким образом, проведенное исследование позволяет обоснованно говорить о целесообразности внедрения услуги доставки в практику деятельности ООО «ТБСтрой-Находка». Внедрение данного вида транспортных услуг позволит предприятию повысить качество обслуживания потребителей, привлечь новых клиентов, увеличить объем продаж и повысить доходы предприятия.

Проведенная апробация бизнес-модели по шаблону Остервальдера подтвердила целесообразность ее использования для оценки возможности реализации направлений развития предприятия, в частности, для обоснования направлений расширения ассортимента оказываемых услуг. Следует отметить, что модель не подразумевает точный прогноз успешности бизнеса. Она нужна, скорее, для того, чтобы не упустить ничего важного при планировании бизнеса.

Построение бизнес-моделей: Настольная книга стратега и новатора / А. Остервальдер, Ив Пинье; пер. с англ. – 3-е изд. – Москва: Альпина Паблишер, 2012. – 288 с.

УДК 656.07

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРОЦЕССА ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ ТРАНСПОРТНОЙ КОМПАНИЕЙ ООО «СК «ПАВИНО», г. ВЛАДИВОСТОК

Л.И. Фомичев, бакалавр

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

***Аннотация.** Для сервисных предприятий актуальной является проблема процесса обслуживания клиентов. Выявлены и проанализированы проблемы, с которыми сталкиваются потребители в процессе их обслуживания в ООО «СК «ПАВИНО», и разработаны рекомендации для повышения уровня обслуживания.*

***Ключевые слова:** процесс обслуживания, методы, анализ, клиент, транспортное предприятие.*

IMPROVING THE PROCESS OF CUSTOMER SERVICE BY THE TRANSPORT COMPANY «LLC «SK PAVINO», VLADIVOSTOK

***Abstract.** For service enterprises, the problem of the customer service process is relevant. The problems faced by consumers in the process of their service at SK PAVINO LLC were identified and analyzed, and recommendations were developed to improve the level of service.*

***Keywords:** service process, methods, analysis, client, transport company.*

Актуальность работы обусловлена тем, что компании стремятся совершенствовать процесс обслуживания клиентов для успешного функционирования предприятия. Это является неотъемлемой частью стратегии любой компании, стремящейся к долгосрочному успеху на рынке. Однако процесс обслуживания клиентов может варьироваться в зависимости от отрасли, размера предприятия и других факторов. В данной статье сосредоточено внимание на анализе процесса обслуживания клиентов, предприятия, занимающегося конкретной отраслью или сферой деятельности.

Объект исследования – процесс обслуживания на транспорте.

Предмет исследования – процесс обслуживания клиентов транспортного предприятия.

Цель исследования заключалась в совершенствовании процесса обслуживания клиентов транспортной компанией ООО «СК «ПАВИНО», г. Владивосток.

Задачи исследования:

– рассмотреть современные методы исследования процесса обслуживания клиентов транспортного предприятия.

– проанализировать процесс обслуживания клиентов транспортного предприятия ООО «СК «ПАВИНО».

– выявить проблемы процесса обслуживания и разработать рекомендации по совершенствованию процесса обслуживания клиентов ООО «СК «ПАВИНО».

Практическая значимость исследования заключается в разработке рекомендаций по совершенствованию процесса обслуживания клиентов ООО «СК «ПАВИНО».

Методы научного исследования, применяемые в работе: библиографический, социологический.

Исследование проводилось на примере судоходной компании ООО «ПАВИНО» деятельность, которой заключается в перевозке бункерного топлива в портах Дальнего Востока России.

Общая характеристика деятельности судоходной компании «Павино», основанная на бизнес-модели по А. Остервальдеру, указывает на потенциал компании для обеспечения надежной и безопасной перевозки нефтепродуктов, с учетом требований рынка и клиентов. Перспективы развития компании связаны с ростом спроса на нефтепродукты, использованием новых технологий, соблюдением экологических стандартов, расширением географического охвата, улучшением клиентского опыта и укреплением стратегических партнерств.

Процесс обслуживания – это часть работы компании с целью помощи клиентам в процессе приобретения или использования товаров и услуг [1].

В таблице 1 представлен анализ критериев и соответствующих показателей, определяющих качество предоставляемых услуг. Эффективное управление качеством услуг требует ясного определения ключевых аспектов, которые влияют на уровень удовлетворенности клиентов.

Таблица 1

Критерии и показатели фактора «Качество услуг»

Критерии качества услуги	Показатели критериев
Профессионализм персонала	Наличие нужных навыков и умений
Надежность	Выполнение обещанных услуг точно в срок
Безопасность	Отсутствие опасности, рисков или сомнений
Отзывчивость персонала	Вежливое общение персонала с клиентов, предоставление срочной услуги
Доступность	Удобное место, время. Информативность (доступность размещения актуальной информации на сайте предприятия)

В разделе «Критерии качества услуги» перечислены основные критерии, которые оцениваются при оценке качества предоставляемых услуг.

В разделе «Показатели критериев» для каждого критерия представлены конкретные показатели, которые помогают измерить уровень качества услуг.

Анализ этих критериев и показателей помогает предприятиям лучше понять, насколько их услуги соответствуют ожиданиям клиентов и где можно внести улучшения для повышения качества обслуживания.

Далее рассмотрены критерии и показатели, значимые для клиентов с точки зрения совокупности услуг.

В таблице 2 представлен анализ критериев и показателей, оценивающих качество и разнообразие предоставляемых услуг. Этот аспект управления обслуживанием включает в себя не только соблюдение временных рамок и разнообразие предлагаемых услуг, но и уровень использования инноваций и современных технологий.

Таблица 2

Критерии и показатели фактора «Совокупности услуг»

Критерии совокупности услуг	Показатели критериев
Соответствие временного регламента	Пунктуальность персонала, выполнение услуг точно в срок
Разнообразие услуг	Наличие перечня необходимых услуг для клиентов
Инновации и технологии	Использование современных технологических решений

Проведенный анализ позволяет лучше понимать, насколько услуги соответствуют ожиданиям клиентов и на каких этапах можно провести изменения, чтобы обеспечить клиентам более удовлетворительный опыт обслуживания [2].

На следующем этапе проведен анализ процесса обслуживания клиентов транспортного предприятия ООО «СК «ПАВИНО»» выбраны наиболее подходящие методы исследования для данной компании, а именно метод точек соприкосновения, который позволяет выявить ключевые моменты в процессе обслуживания и опрос в форме анкетирования, который дает возможность собрать мнение и обратную связь от клиентов [3].

В таблице 3 представлены точки соприкосновения клиентов и сотрудников ООО «СК «ПАВИНО»».

Таблица 3

Точки соприкосновения клиентов и сотрудников ООО «СК «ПАВИНО»»

Описание ТС	Контактное лицо	Требования к качеству обслуживания	Действия в отношении стратегии качества обслуживания
Клиент входит в офис компании	Любой сотрудник компании	Вежливость; Опрятный внешний вид; Информативность; Отзывчивость.	Проведение тренингов.
Консультация и подписание договора с компанией	Директор	Вежливость; Коммуникабельность; Знание законодательных актов и др. нормативных документов организации.	Проводить брифинги и мониторинги на ежедневной основе; Участвовать в семинарах для повышения квалификации
Проверка выставленных счетов на оплату клиенту компании	Бухгалтер	Отзывчивость; Этичность; Информативность; Быстрота; Профессионализм	Проходить курсы повышения квалификации; Ежедневно обновлять базу 1С
Информирование клиента по срокам доставки груза и безопасности пути следования судна	Специалист по коммерческой эксплуатации флота	Отзывчивость; Информативность; Способность быстро принимать решения; Знание требований и норм; Знание географии и состояния флота	Проводить брифинги; Участвовать в семинарах для повышения квалификации; Проводить мониторинг по изменениям законодательных актов.

В результате проведенного исследования с использованием метода точек соприкосновения, выявлено, что все контактные зоны поддерживаются на высоком уровне обслуживания, за исключением конкретного контактного лица при входе в офис компании, так как у предприятия отсутствует администратор.

В ходе исследования, проведен опрос, цель которого выявить потребность клиентов в сайте компании «ПАВИНО» и их присутствие в мессенджерах. В опросе приняло участие 30 представителей компаний, пользующихся услугами ООО «СК «ПАВИНО». Результаты опроса представлены в виде диаграмм на рис. 1 и 2.

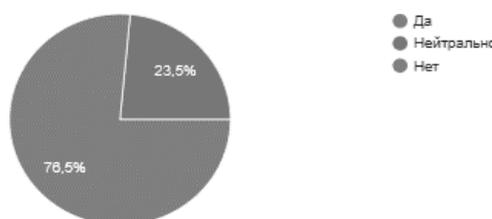


Рис. 1. Результаты ответов респондентов на вопрос «Хотели бы вы, чтобы компания ООО «СК «ПАВИНО» запустила сайт в работу?»

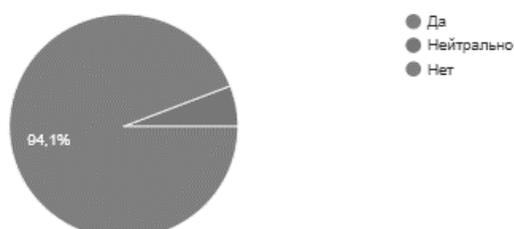


Рис. 2. Результаты ответов респондентов на вопрос «Удобно ли будет вам, если компания будет коммуницировать с помощью мессенджеров?»

По итогам анкетирования, выявлено, что респонденты в большей мере положительно ответили о запуске сайта компании в работу и готовности коммуницировать с помощью мессенджеров.

Результаты проведенного анкетирования и метода точек соприкосновения позволяет разработать план действий для совершенствования процесса обслуживания клиентов в работе ООО «СК «ПАВИНО», который представлен в табл. 4.

Таблица 4

Рекомендации по совершенствованию процесса обслуживания клиентов ООО «СК «ПАВИНО»

Методы исследования	Проблема	Рекомендации	Перечень мероприятий
Метод анкетирования	Отсутствие рабочего сайта судходной компании	Организовать присутствие компании в сети интернет	Разработать сайт компании с использованием различных платформ (CMS, фреймворки и т.д.).
Метод анкетирования	Отсутствие мессенджеров для получения актуальной информации, и обратной связи	Организовать присутствие компании в мессенджерах	Создать страницу компании «ПАВИНО» в социальных сетях (например, WhatsApp, Telegram, VK)
Метод точек соприкосновения	Отсутствие администратора в холле	Изменить должностные инструкции одному из сотрудников компании	Обучить сотрудника новым должностным обязанностям

Таким образом, результаты проведенных исследований процесса обслуживания клиентов компании ООО «СК «ПАВИНО» позволили выявить ряд проблем, а, именно, отсутствие: рабочего сайта судходной компании, мессенджеров для получения быстрой и актуальной информации и обратной связи, администратора в холле. Предложенные в работе рекомендации позволят совершенствовать процесс обслуживания клиентов представленных в таблице 4, а, именно, органи-

зовать присутствие компании в сети интернет, организовать присутствие компании в мессенджерах, изменить должностные инструкции одному из сотрудников компании.

1. Процесс сервисного обслуживания и пути его совершенствования. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/protsess-servisnogo-obsluzhivaniya-i-puti-ego-sovershenstvovaniya>

2. Практические советы сотруднику сервисной организации по взаимодействию с потребителем в процессе предоставления услуг. – Текст: электронный. – URL: https://bstudy.net/723592/turizm/prakticheskie_sovety_sotrudniku_servisnoy_organizatsii_vzaimodeystviyu_potrebitelem_protssesse_predostavl

3. Исследование качества обслуживания потребителей услуг: проблемы и методология – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-kachestva-obsluzhivaniya-potrebiteley-uslug-problemy-i-metodologiya>

4. Анализ методов оценки качества предоставляемых услуг сервисных предприятий. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-metodov-otsenki-kachestva-predostavlyaemyh-uslug-servisnyh-predpriyatiy>

5. Особенности управленческого обследования сервисных организаций. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-upravlencheskogo-obsledovaniya-servisnyh-organizatsiy>

УДК 656.7.025

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОЦЕССА ОЦЕНКИ И АТТЕСТАЦИИ СОТРУДНИКОВ СЕРВИСНОЙ СЛУЖБЫ АО «ТЕРМИНАЛ ВЛАДИВОСТОК», г. АРТЕМ

Е.А. Шеферт, бакалавр
Л.А. Королева, канд. техн. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Аннотация. В статье рассматриваются аспекты процесса оценки и аттестации сотрудников сервисной службы на сервисном предприятии. Целями исследования являются анализ процесса оценки и аттестации сотрудников сервисной службы АО «Терминал Владивосток» и разработка рекомендаций по повышению уровня удобства процесса оценки и аттестации сотрудников сервисной службы. В работе выявлены основные трудности процесса оценки и аттестации, требующие модернизации.

Ключевые слова: процесс оценки и аттестации, сервисная служба, аэропорт, авиация.

STUDY OF THE PROCESS OF ASSESSMENT AND CERTIFICATION OF SERVICE EMPLOYEES JSC «TERMINAL VLADIVOSTOK», ARTEM

Abstract. The article discusses aspects of the process of evaluation and certification of service personnel at a service enterprise. The objectives of the study are to analyze the process of evaluation and certification of service personnel of Terminal Vladivostok JSC and to develop recommendations for improving the convenience of the evaluation and certification process of service personnel. The paper identifies the main difficulties of the assessment and certification process that require the modernization.

Keywords: evaluation and certification process, customer service, airport, aviation.

Воздушные перевозки пассажиров и багажа уже второе столетие являются неотъемлемой частью жизни современного человека. Однако для многих пассажиров перелет – это сильный стресс. Для человека, находящегося в стрессовой ситуации особенно важно, чтобы не только перелет прошел хорошо, но и пребывание в аэропорту, весь процесс от входного досмотра до посадки на рейс были наиболее комфортными. Так устроена наша психика – если все процессы в аэропорту пройдут комфортно, а сотрудники будут вежливыми, опрятными и учтивыми, на уровне подсознания это будет значить, что такой же порядок будет присутствовать и на борту воздушного судна, перелет предполагает быть комфортным – пассажир перенесет его легче. По этой причине, важно поддерживать хорошую работу сервисных служб в здании аэровокзала – во благо

комфорта и спокойствия пассажира, совершающего перелет. Для этой задачи необходимо проводить грамотную проверку знаний и действий персонала – оценку и аттестацию.

Актуальность работы обуславливается, прежде всего, новизной исследования темы в АО «Терминал Владивосток», а также необходимостью проведения наиболее эффективной и удобной процедуры оценки и аттестации сотрудников в целях повышения качества работы и сервиса сотрудников по отношению к пассажирам. Процесс оценки и аттестации определяет знания персонала и качество выполнения работ сотрудниками, что напрямую связано с уровнем сервиса и комфорта для пассажиров – высокий уровень, в свою очередь, является одной из ценностей аэропорта.

Объектом исследования является процесс аттестации в аэропорту.

Предмет – оценка и аттестации сервисной службы аэропорта.

Цель работы – анализ процесса оценки и аттестации сотрудников сервисной службы АО «Терминал Владивосток», г. Артем.

Задачи, на решение которых направлена работа:

- Анализ основных понятий и видов аттестации сотрудников сервисного предприятия и выявление критериев оценки процесса аттестации сотрудников сервисной службы аэропорта;

- Анализ процесса оценки и аттестации сотрудников сервисной службы АО «Терминал Владивосток», г. Артем и разработка рекомендаций по совершенствованию данного процесса.

Методология исследования: библиографический (сбор и анализ литературы и нормативно-справочных документов); эмпирический (наблюдение за процессом оценки и аттестации с фиксацией наблюдаемых результатов).

Сервисное обслуживание пассажиров в аэропорту является важным этапом в процессе перевозки. От качества сервисного обслуживания зависит удобство и комфорт пассажира, его безопасность. Следует учитывать, что сервисное обслуживание – не столько источник дополнительной прибыли, сколько стимул, способствующий привлечению потенциальных пассажиров на воздушный транспорт для покупки его основной услуги (право на пролет к месту назначения) и покупки услуг, сопутствующих перевозке. Сервис является инструментом, который укрепляет или, наоборот, ухудшает имидж вида транспорта, доверие (отношение) к нему пассажиров, т.е. влияет на спрос и доходы.

Процесс – это разворачивающиеся в определенных пространственных и временных рамках сколь угодно сложные последовательности действий, операций и процедур, которые приводят к определенным результатам [1].

В настоящем случае достигается единственный результат – качественная и удобная оценка персонала с целью выявления соответствия сотрудника определенным нормам и стандартам. Сервисная служба в аэропорту, прежде всего – лицо аэропорта. От качества выполняемой работы зависит восприятие пассажиром как отдельных подразделений, так и аэропорта в совокупности. Поскольку сотрудник сервиса является важным звеном в цепи обслуживания в стенах предприятия, ему следует выполнять свои обязанности в соответствии с прописанными стандартами и уставами, в целях предоставления качественного клиентского сервиса. Все это невозможно без удобного и своевременного обнаружения возникающих проблем в ходе работы. В этих целях необходима своевременная оценка и аттестация сотрудников сервисной службы.

Под аттестацией подразумевается проверка работников на предмет профессиональных знаний и деловых характеристик. Это процедура, в рамках которой проводится систематическая формализованная оценка того, насколько потенциал личности сотрудника, его персональные и деловые качества, уровень труда соответствуют требованиям выполняемой трудовой деятельности [2].

Методы оценки профессиональных навыков и компетенций сотрудников в сервисных службах аэропорта представляют собой разнообразный инструментарий, позволяющий осуществить объективную и всестороннюю оценку сотрудников. В данном контексте используются различные подходы и методики для определения качественных характеристик сотрудников аэропорта.

Методы оценки и аттестации сотрудников сервисных служб аэропорта определяются функцией подразделения, а также общими требованиями техники безопасности и осуществления деятельности на территории аэропорта.

Аттестация персонала проводится с определенной целью – выявление уровня квалификации сотрудников. В таблице представлены виды аттестаций [3].

Виды аттестаций сотрудников на предприятии

Вид аттестаций	Содержание
Предварительная	Проводится при устройстве на работу и позволяет оценить уровень знаний кандидатов
По истечению испытательного срока	Дополнительная проверка, насколько работник справляется с возложенными обязанностями, перед включением в штат
Очередная	Оценка знаний всего коллектива. Ее проводят каждые два года для руководителей и один раз в три года для остальных сотрудников
При повышении	Оценка профессиональных качеств кандидата на новую должность
При переводе в другое подразделение	Позволяет проанализировать возможности сотрудника при изменении рабочих обязанностей или условий труда

Как правило, в аэропортах нет единых подходов, критериев и методов оценки персонала сервисных служб аэропортовой деятельности, поэтому каждый аэропорт вводит и реализует механизмы регулирования сервисной деятельности самостоятельно, опираясь на опыт аэропортов-конкурентов, либо зарубежный опыт. Необходимо отметить, что основной задачей при создании и внедрении методов оценки качества является совершенствование процессов управления для полноценного удовлетворения потребностей пассажиров в аэропорту [4].

В АО «Терминал Владивосток» аттестация проводится в целях рационального использования специалистов, повышения эффективности их труда и ответственности за порученное дело, укрепления корпоративной культуры, преимущественно – очередная и при повышении в должности.

Для проведения предварительной аттестации директор АО «Терминал Владивосток» внутренним приказом назначает аттестационную комиссию (председателя, секретаря и членов комиссии) из числа руководства и высококвалифицированных специалистов. Процесс аттестации работников осуществляется по следующим этапам:

1. Подготовка к проведению аттестации (разработка технологии оценки, выбор субъектов, установление показателей).
2. Проведение аттестации (осуществление непосредственно процедуры оценивания).
3. Подведение итогов аттестации (обработка и использование результатов оценки).

Каждый этап аттестации характеризуется своими специфическими особенностями. Этап подготовки к проведению аттестации в АО «Терминал Владивосток» предусматривает выполнение следующих задач:

- разработка плана проведения аттестации;
- выбор методов и типовых форм оценки исполнителей и самой процедуры оценки;
- подготовка внутренних инструкций для проводящих аттестацию;
- составление списка работников, подлежащих аттестации;
- подготовка графика проведения аттестации;
- оповещение работников о сроках проведения аттестации;
- подготовка и распространение бланков, типовых форм, требующихся для аттестации.

Проведению аттестации в АО «Терминал Владивосток» предшествует ряд подготовительных мероприятий и подготовкой пакета документации, необходимой для данного процесса. На практике для каждого сотрудника организации его непосредственный руководитель готовит форму оценки эффективности сотрудника, которая содержит его рабочие показатели, квалификацию, профессиональный опыт, сильные и слабые стороны, возможность перевода на более сложную и ответственную работу. Форма оценки эффективности сотрудника, в которой отражаются результаты предыдущей аттестации, передается в аттестационную комиссию организации. Предварительно форма оценки заполняется аттестуемым работником, после чего ее заполняет его непосредственный руководитель.

В настоящее время в АО «Терминал Владивосток» ежемесячно проводится очередная оценка персонала на регистрации, паспортном и предполетном досмотре на предмет соблюдения речевых и поведенческих стандартов Blue Printing.

Blue Printing представляет собой анкету в формате онлайн, которая индивидуальна для каждого подразделения. Вопросы анкеты являются персональными для каждой сервисной службы и формируются на основе должностных инструкций, функциональных обязанностей и иных норма-

тивных документов, применимых к каждому структурному подразделению, однако включают в себя вопросы, единые для каждой службы:

- приветствие пассажира;
- доброжелательность по отношению к пассажиру;
- критерии исполнения функциональных обязанностей.

Аттестующим сотрудником предлагается отметить выполнение/невыполнение сотрудником сервисной службы тех или иных критериев, предварительно указав свое имя, фамилию и отчество, а также личные данные проверяемого сотрудника, которые необходимо узнать путем диалога. Оценка качества проводится единожды для каждого сотрудника ежемесячно, отразив данные в анкете не менее пяти раз. По итогу мониторинга за месяц информация консолидируется в общий отчет в формате Excel и выводится средний балл по 5-балльной шкале.

Также ежегодно проводится оценка знаний по протоколу проверки знаний персонала службы организации авиаперевозок (СОАП) при подготовке к работе. Данный вид проверки знаний проводится в форме тестирования на знание материала по следующим нормативным документам:

- Федеральные авиационные правила «Общие правила воздушных перевозок пассажиров, багажа, грузов и требования к обслуживанию пассажиров, грузоотправителей, грузополучателей, утвержденные приказом Минтранса РФ от 28.06.2007 № 82 (ФАП-82).

- Технология взаимодействия подразделений аэропорта Владивосток при эксплуатации системы обеспечения безопасности (СОБ).

- Правила перевозки опасных грузов (IATA DGR).

- Руководство по УБП, Политика АО «Международный аэропорт Владивосток» в области безопасности, Положение о системе добровольных сообщений по БП АО «МАВ».

- Руководство по наземному обслуживанию и стандарт работы диспетчера по УР, стандарт регистрации и контроля посадки пассажиров АО «МАВ», стандарты обслуживания на стойке информации, технология оказания платных услуг, технология обслуживания Fast track, стандарты обслуживания Blue Printing, корпоративный стандарт обслуживания, корпоративный стандарт внешнего вида.

- Инструкция по пропускному и внутриобъектовому режиму АО «МАВ».

- Инструкции по охране труда и инструкция по пожарной безопасности.

- Должностные инструкции.

По результатам оценки, издается приказ о допуске персонала службы организации авиационных перевозок к работе, успешно прошедшим аттестацию.

Для оценки процесса аттестации сотрудников сервисной службы выбран метод наблюдения, является одним из наиболее эффективных в рамках эмпирического исследования для оценки процесса аттестации сотрудников. Наблюдение представляет собой активный познавательный процесс, опирающийся, прежде всего на работу органов чувств человека и его предметную материальную деятельность. Следуя этому методу, оцениваются этапы аттестации, особенности проведения аттестации. При необходимости ведутся записи с регистрацией определенных моментов, которые являются важными для учета, требующие проработки и корректировки [5].

Выявлено с использованием метода наблюдения, что не всеми сотрудниками соблюдается стандарт внешнего вида. Это обусловлено отсутствием периодической аттестации по данному критерию. Оценка на соответствие стандарту внешнего вида проводится лишь раз в год – не оценивается при ежемесячной проверке.

В ходе анализа существующих форм аттестации установлено отсутствие показателей соблюдения стандартов внешнего вида сотрудников, что негативно сказывается на имидже аэропорта. Отмечено, что не все сотрудники соответствуют требованиям внешнего вида.

В процессе периодической аттестации персонала методом Blue Printing выявлен ряд проблем, которые нарушают процесс обслуживания пассажиров агентами по организации обслуживания пассажиров (ООП) а именно:

- перед началом оценки сотрудника необходимо узнать фамилию, имя и отчество путем диалога, что отвлекает агента от своих должностных обязанностей и может вести к нарушению процесса обслуживания;

- при проведении оценки аттестующий чаще всего находится за спиной у сотрудника или в непосредственной близости от него. Это позволяет оценивать соблюдение речевых норм. Такое проведение оценки вызывает психологический дискомфорт у сотрудника и отвлекает от реализации процесса обслуживания.

В АО «Терминал Владивосток» отсутствует методика оценки профессионального уровня персонала, хотя главная направленность мероприятий по оценке персонала – поддержание высокого уровня сервиса. Также не проводится оценка творческого потенциала работника, следовательно, нет возможности развития креативного мышления сотрудников для модернизации процессов обслуживания и развития карьеры сотрудников в компании.

Таким образом, в ходе анализа процесса оценки и аттестации сотрудников сервисной службы АО «Терминал Владивосток» выявлен ряд проблем:

- нерегулярность оценки соответствия внешнего вида агентов ООП стандартам предприятия;
- некорректность позиции проверяющего при проведении оценки персонала методом Blue Printing, при этом сотрудник отвлекается от выполнения основных обязанностей;
- отсутствие методики оценки профессионального уровня работника.

Для устранения выявленных проблем предложены следующие рекомендации.

При процессе оценки и аттестации персонала недостаточно активно принимаются меры по соблюдению стандартов внешнего вида сотрудников, что влечет за собой ненадлежащее соблюдение стандартов. Для решения существующей проблемы предлагается включить в систему периодической аттестации критерии соответствия внешнего вида с добавлением их в перечень вопросов Blue Printing.

Для более качественной оценки персонала предлагается внедрить новую систему аттестации – как вспомогательную, либо же на замену одной из уже существующих. Такая система оценки персонала, как коэффициент личностного роста (КЛН) подразумевает под собой обширный список из пунктов, структурированный по блокам из различных документов и должностных инструкций, содержащих критерии оценивания персонала по различным характеристикам – соблюдение речевых стандартов, соблюдение стандартов внешнего вида, выполнение должностных обязанностей и пр.

По итогам оценки персонала по каждому из пунктов, определяется соотношение обязанностей, выполняемых сотрудником к общему количеству показателей, требуемых к выполнению. Итоговый результат определяется процентом. С каждым последующим оцениванием работника, сравнивается настоящий процент КЛН сотрудника с предыдущим, на основе этого делается вывод, касательно работы сотрудника и принимаются последующие необходимые решения – личная беседа, совместная работа над ошибками, санкции в каком-либо виде, или же поощрения. Предлагаемая система оценки персонала также будет решать проблему оценки профессионального уровня работника. Будет наглядно виден рост работника в компании в сравнении с предыдущими результатами.

Таким образом, следует отметить важность процесса оценки и аттестации сотрудников сервисных служб аэропорта, в том числе АО «Терминал Владивосток», для обеспечения высокого уровня обслуживания пассажиров. Исследуемый процесс является важной составляющей бесперебойного функционирования аэропорта и обеспечения безопасности. Оценка и аттестация сотрудников сервисных служб аэропорта позволяют выявить и оценить их знания, навыки и профессиональные компетенции, что позволяет убедиться в их соответствии требуемым стандартам и правилам. Существует достаточное количество различных методов аттестации персонала, и каждый из них по-своему особенный и уникальный, но не каждый метод подходит под конкретную организацию. Следовательно, можно сделать вывод, что отделу по подбору, оценке и адаптации персонала АО «Терминал Владивосток» необходимо тщательно выбирать методы аттестации в соответствии с поставленной целью и конкретными задачами.

1. Добраев В.Л. Организационное поведение: учеб. пособие. – Москва: Дело и сервис. – 2006. – 414 с.

2. Суржицкая Л.И. Место оценки аттестации персонала // Экономика и социум. – 2020. – №10 (77). – С. 781-788.

3. Павлова А. Аттестация персонала: как правильно организовать процедуру оценки сотрудников. – Текст: электронный // HT-lab – разработчик инструментов оценки персонала. – URL: <https://ht-lab.ru/blog/attestaciya-i-ocenka-personala>.

4. Петренко Н.С. Методы оценки качества аэропортовых услуг // Экономика и социум. – 2019. – №6 (37). – С. 83-85.

5. Граждан В.Д. Социология управления: учеб. пособие. – Москва: КНОРУС, 2009. – 512 с.

Секция. ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА, СПОРТ И ЗДОРОВЬЕ КОНЦЕПЦИИ, ИННОВАЦИИ, ТЕХНОЛОГИИ

УДК 796.412.24

ФОРМИРОВАНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОСТИ У ДЕТЕЙ 7–8 ЛЕТ СРЕДСТВАМИ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ГИМНАСТИКИ

К.А. Андрейченко, бакалавр

Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия

Аннотация. В данной статье исследуется влияние занятий художественной гимнастикой на формирование самостоятельности у детей в возрасте 7–8 лет. Рассматриваются положительные аспекты развития физических и эстетических качеств, а также личностных черт через тренировки по художественной гимнастике. Статья представляет собой ценный источник информации для специалистов в области педагогики и спорта, а также для родителей, желающих развивать самостоятельность своих детей через занятия художественной гимнастикой.

Ключевые слова: самостоятельность, дети 7–8 лет, художественная гимнастика.

FORMATION OF INDEPENDENCE FOR CHILDREN AGED 7–8 YEARS BY MEANS OF RHYTHMIC GYMNASTICS

Abstract. This article examines the impact of rhythmic gymnastics on the formation of independence in children aged 7–8 years. The positive aspects of the development of physical and aesthetic qualities, as well as personal traits through rhythmic gymnastics training are considered. The article is a valuable source of information for specialists in the field of pedagogy and sports, as well as for parents who want to develop their children's independence through rhythmic gymnastics.

Keywords: independence, children 7–8 years old, rhythmic gymnastics.

Актуальность формирования самостоятельности у обучающихся 7–8 лет средствами художественной гимнастики имеет огромную значимость, так как помогает им развивать не только физические, но и социальные навыки, которые будут полезны им в будущем.

Проблема исследования сформулирована следующим образом: с одной стороны формирование самостоятельности у обучающихся 7–8 лет средствами художественной гимнастики имеет актуальность и перспективы, с другой стороны в современной литературе мы не нашли достаточно полного и конкретного учебно-методического материала по вышеобозначенной проблематике. Она является важной и стратегической задачей образования и воспитания в современном обществе.

Объектом исследования является физическое воспитание младших школьников.

Предметом исследования является влияние средств художественной гимнастики на формирование самостоятельности у обучающихся 7–8 лет.

Цель исследования заключается в обосновании влияния средств художественной гимнастики на формирование самостоятельности у обучающихся 7–8 лет после занятий художественной гимнастикой.

Задачи исследования:

1. Провести анализ литературных и информационных источников по сформулированной проблеме;

2. Выявить особенности влияния занятий художественной гимнастикой на формирование самостоятельности у детей 7–8 лет.

Методы исследования:

– анализ литературных источников по психологии, педагогике, теории и методике физического воспитания;

– анализ образовательных стандартов, программ и учебно-методической документации;

– отбор и систематизация методических материалов по проблеме исследования.

Практическая значимость заключается в том, что в ходе исследования, будет разработан и апробирован методический комплекс упражнений, направленных на формирование самостоятельности

ности у детей, который может быть использован на занятиях по художественной гимнастике в процессе формирования у обучающихся универсальных учебных действий. Формирование самостоятельности у детей 7–8 лет с помощью художественной гимнастики имеет множество практических выгод, включая улучшение физического состояния, социальную адаптацию, развитие лидерских навыков, стимулирование творческой мысли и формирование ценностей [4].

Организация исследования проходит в три этапа:

1. В настоящее время проходит сбор и анализ информации. Проводится опытно-экспериментальная работа, массовое исследование учащихся, апробирование методических приемов, программ и коррекция методики;

2. На втором этапе будет осуществляться систематизация и анализ педагогического опыта для разработки условий, факторов и самого содержания комплекса упражнений для формирования самостоятельности у детей 7–8 лет;

3. На третьем этапе мы планируем провести опытно-экспериментальные работы на занятиях по художественной гимнастике, анализ и интерпретацию результатов исследования социологического опроса и педагогического наблюдения. Также запланировано выполнить обработку, анализ, текстовую и графическую интерпретацию результатов. На основе отобранной и систематизированной информации будет разрабатываться методический комплекс упражнений, а также подведение итогов и оформление окончательного текста работы.

В данный момент нами осуществлен первый этап исследования, который предполагает изучение литературы по ключевым аспектам научно-прикладной работы. Познакомимся с основными результатами нашего исследования.

В педагогике самостоятельность трактуется как способность ребенка самостоятельно осуществлять действия, принимать решения и регулировать своё поведение без посторонней помощи. Это важное качество, которое формируется в процессе воспитания и обучения. Самостоятельные дети способны анализировать ситуации, находить выход из трудностей, принимать ответственность за свои действия и достигать поставленных целей. Развитие самостоятельности у детей помогает им стать успешными и уверенными в себе личностями, способными справляться с жизненными задачами и вызовами [2].

Самостоятельность у детей может проявляться в различных сферах и видах. Вот некоторые из них:

1. Физическая самостоятельность. Этот вид самостоятельности включает в себя способность ребенка ухаживать за собой, одеваться, обуваться, умываться, самостоятельно есть и пить. Развитие физической самостоятельности у детей способствует формированию здорового образа жизни.

2. Социальная самостоятельность. Этот вид самостоятельности означает способность ребенка взаимодействовать с другими людьми, быть в состоянии решать конфликты, принимать участие в общественной жизни, а также умение оказывать помощь другим.

3. Учебная самостоятельность. Дети, обладающие учебной самостоятельностью, способны самостоятельно выполнять школьные задания, планировать свое время, адаптироваться к новым условиям обучения и самостоятельно осуществлять процесс учения.

4. Эмоциональная самостоятельность. Этот вид самостоятельности предполагает способность ребенка понимать и контролировать свои эмоции, умение справляться с стрессом, разочарованиями и принимать решения в сложных ситуациях.

5. Игровая самостоятельность. Дети, развивающие игровую самостоятельность, способны самостоятельно придумывать игровые сценарии, находить способы развлечения и развлекаться без посторонней помощи.

Развитие всех этих видов самостоятельности у детей играет важную роль в формировании их личностных качеств и способностей [3].

Художественная гимнастика – один из самых зрелищных и изящных видов спорта, в котором спортсменки соревнуются в техническом мастерстве и выразительности исполнения сложных движений телом в сочетании с манипуляциями предметами под музыку.

А сейчас приведём перечень психологических функций, качеств и свойств личности, необходимых для достижения высоких спортивных результатов в художественной гимнастике:

1. Высокая активность анализаторов – зрительного, слухового, вестибулярного и двигательного;

2. Сосредоточенность внимания, четкость представлений, хорошая память (зрительная, двигательная и музыкальная), быстрота, глубина и гибкость мышления, богатое воображение;

3. Высокий уровень координационных способностей;

4. Умение слушать и понимать музыку;
5. Эмоциональность и артистизм;
6. Любовь к художественной гимнастике, дисциплинированность, организованность, исполнительность, чувство долга, уважения к тренерам, подругам, соперникам и судьям;
7. Целеустремленность, настойчивость и упорство, решительность и смелость, выдержка, терпеливость и самообладание;
8. Эмоциональная устойчивость, уверенность в своих силах, независимость;
9. Способность к саморегуляции психологических состояний, умение сосредотачиваться и противостоять неблагоприятным воздействиям [1].

Наталья Борисовна Стамбулова выделяет четыре группы факторов развития спортсмена.

1. Общие условия и требования спортивной деятельности: состязательность, соперничество, самосовершенствование как цель деятельности, рост физических и психических нагрузок.

2. Специфические условия и требования избранного вида спорта: требования к психомоторике и психическим процессам, типичные психические состояния, специальные способности, спортивный характер, свойства нервной системы и темперамента, мотивация.

3. Требования к межличностным отношениям в спортивной команде.

4. Требования к отношениям между тренером и спортсменом.

Типология личности спортсмена, как и любая другая типология в психологической науке, связана с представлением о типах, отличающихся по различным признакам. Так, например, Р.М. Загайнов предложил эмпирическую типологию (типы спортивной мотивации).

Автор выделяет пять основных типов:

1) «человек долга» – мотивация спортсмена положительная по содержанию (честь, патриотизм, долг);

2) «человек-одиночка» – отрицательная мотивация (индивидуализм, негативизм, ненависть к сопернику);

3) «артистический тип» – мотивируют не спортивные результаты, а внешние атрибуты спорта и соревнования (зрители, публичная жизнь, популярность, творческая активность);

4) «интеллектуальный тип» – стремление к осмысленности действий (самостоятельность тренировок, увлеченность не результатом соревнования, а процессом соревновательной борьбы);

5) «хрупкий тип» – высокая двигательная одаренность, опасение поражения в спортивной борьбе, сложность в преодолении экстремальных ситуаций.

Факторы развития самостоятельности у детей, занимающихся художественной гимнастикой, могут быть разделены на несколько групп:

1. Физические факторы. Развитие физических навыков и способностей через тренировки и упражнения в художественной гимнастике способствует формированию у детей уверенности в своем теле и способностях. Это помогает им осознать свои возможности и добиться поставленных целей самостоятельно.

2. Эмоциональные факторы. В художественной гимнастике дети сталкиваются с различными эмоциями – от радости успеха до разочарования в неудачах. Умение контролировать и понимать свои эмоции помогает им развивать эмоциональную самостоятельность и адаптивные стратегии поведения.

3. Социальные факторы. В группах по художественной гимнастике дети взаимодействуют с тренерами, соревнующимися и другими участниками команды. Это способствует развитию социальных навыков, включая умение коммуницировать, сотрудничать, принимать решения и решать конфликты самостоятельно.

4. Познавательные факторы. Участие в различных соревнованиях и выступлениях в художественной гимнастике требует от детей анализа ситуации, планирования, стратегического мышления и самоконтроля. Развитие этих когнитивных навыков способствует формированию у детей способности к самостоятельному решению задач.

Все эти факторы в комплексе способствуют развитию самостоятельности у детей, занимающихся художественной гимнастикой, и формированию у них важных личностных качеств [5].

Таким образом, по результату литературного анализа мы пришли к ключевому выводу, что в целом, художественная гимнастика способствует детям 7–8 лет развивать самостоятельность, также формирует у них навыки, необходимые для успешной адаптации в обществе и достижения личных целей. Занимающиеся учатся работать в команде, управлять своими эмоциями, развивать свою индивидуальность и стремиться к лучшим результатам. Все это способствует обучающимся

стать самостоятельными, уверенными и успешными в жизни. Данные этого исследования будут являться концептуальной основой нашего дальнейшего исследования.

1. Бабаева Т.И. Формирование социально значимых качеств у детей в процессе занятий физической культурой и спортом // Физическая культура и спорт: интеграция науки и практики, 2018.

2. Баймурзина Ф.А. Художественная гимнастика как средство формирования социально значимых качеств // Педагогический поиск, 2020.

3. Буханцов К.И. Возможности художественной гимнастики в формировании социальной значимости у детей младшего школьного возраста // Социальная значимость физической культуры и спорта: проблемы и перспективы развития, 2019.

4. Куприянов Б.В., Подобин А.Е. Очерки общественной педагогики: ролевое движение в России. – Кострома: КГУ им. Н.А. Некрасова, 2003.

5. Махова А.В. Художественная гимнастика как метод формирования социально значимых качеств ребенка // Актуальные вопросы физического воспитания и спортивной тренировки, 2019.

УДК 796

ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ КАТАНИЮ НА САПБОРДЕ ДЕВУШЕК 16–17 ЛЕТ

В.Ю. Дядюша, бакалавр
Н.В. Мазитова, канд. пед. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Аннотация. Широкий спектр признаков физической рекреации определяет ее различные формы: рекреационная физическая культура, рекреативная физическая культура, рекреация спорта, рекреация туризма, оздоровительная физическая рекреация и другие. В данной статье представлено исследование психоэмоционального состояния девушек в возрасте 16–17 лет, а также выявлены мотивы, побуждающие их к физической активности. Нами были разработаны рекреационные комплексы упражнений с использованием сапборда, с целью повышения физического и психоэмоционального благополучия девушек.

Ключевые слова: физическая рекреация, средства Sup-Board, водные виды спорта, двигательная активность.

FEATURES OF LEARNING SUPBOARDING GIRLS 16–17 YEARS OLD

Abstract. The wide range of characteristics of physical recreation defines its various forms: recreational physical culture, recreational sports, recreational tourism, wellness physical recreation, and others. This article presents a study on the psycho-emotional state of girls aged 16–17 years old, as well as the motives that drive them to engage in physical activity. Based on the obtained results, the development of recreational exercise complexes using Sup-Board is proposed with the aim of enhancing the physical and psycho-emotional well-being of girls.

Keywords: physical recreation, Sup-Board facilities, water sports, physical activity.

Актуальность. В настоящее время все больше девушек в возрасте 16–17 лет интересуются различными занятиями для поддержания формы, уменьшения заболеваемости и коррекции фигуры [3]. Особенно полезными для здоровья являются активности на свежем воздухе с физическими упражнениями под солнечными лучами [4]. Занятия на сапборде также способствуют стабилизации нервной системы и восстановлению энергии [5]. Таким образом, поддержание здоровья для девушек, ведущих малоподвижный образ жизни, становится важным, а сапборд – отличным вариантом для повышения физического и эмоционального состояния девушек.

Объект исследования: процесс физической рекреации девушек.

Предмет исследования: влияние комплексов упражнений с использованием средств сапборд на физическое и психоэмоциональное состояние девушек 16–17 лет.

Цель исследования – повышение показателей физического и психоэмоционального состояния девушек 16–17 лет с применением средств сапборд.

Гипотеза исследования: предполагается, что применение комплексов упражнений с использованием средств сапборд будет способствовать повышению показателей физического и эмоционального состояния девушек 16–17 лет.

Были сформулированы следующие задачи исследования:

1. Анализ литературных источников по проблеме привлечения девушек к рекреационно-оздоровительным занятиям водными видами спорта;
2. Изучить физическое и психоэмоциональное состояние девушек 16–17 лет;
3. Разработать комплексы упражнений для обучения катанию на sup-board, благоприятно воздействующих на физическое и психоэмоциональное состояние девушек 16–17 лет.

Практическая значимость исследования заключается в разработанных комплексах 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 проблеме привлечения девушек к рекреационно-оздоровительным занятиям водными видами спорта, подобрали методики для изучения и оценки эмоционального и физического состояния девушек.

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 эмоционального и физического состояния девушек, занимавшихся по программе.

Мы провели анкетирование с целью выявления с целью выявления предпочтений в сфере физической активности 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:

1. 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.

Для изучения физического состояния девушек было проведено тестирование, в нем принимали участие 15 девушек 16-17 лет из отряда. В результате проведения контрольных тестов измерения физической подготовленности в отряде, до внедрения комплексов упражнений с использованием сапов было выявлено:

1) Показатели силовых способностей, измеряющиеся тестом «сгибание и разгибание рук в упоре лежа», оценивались по нормативам ГТО (5 ступень, 16–17 лет). Где 9 раз – это удовлетворительный уровень, 11 – средний и 16 – высокий. Средний арифметический результат по тесту в отряде составил – 7,9 раз, что является результатом ниже удовлетворительного уровня.

2) Проба М.Е. Ромберга (удержание статического равновесия в стойке на одной ноге с закрытыми глазами), измеряет уровень общего статического равновесия в пространстве. Средним показателем устойчивого положения считается результат в 30 секунд. У девушек в отряде составил 27,3 секунды (среднее арифметическое).

3) Проба А.И. Яркокого (основная стойка: глаза закрыты, непрерывно вращение головой в одну сторону в темпе два движения в секунду), измеряет уровень общего динамического равновесия в пространстве и составил 26,7 секунды у девушек (среднее арифметическое), где 20 секунд это средний уровень.

По результатам тестирования физической подготовленности в отряде, можно понять, что большая часть девушек недостаточно развита физически. Тестирование показателей силовых способностей, статического равновесия в отряде ниже удовлетворительного уровня. Результат чуть выше среднего девушки показали только в измерении общего уровня динамического равновесия. Для повышения показателей физического и эмоционального состояния девушек 16–17 лет, были разработаны комплексы упражнений с использованием SUP-board'a:

Комплекс упражнений выполняется на суше и предназначен для обучения правильному исходному положению на Sup-board'a, а также имитация гребковых движений веслом на Sup-board'e, совершенствования координационных способностей.

Обучения правильному исходному положению – Стоя на коленях выполнять гребок веслом – 20 раз в левую сторону, в правую – Держать равновесие

Обучение правильному исходному положению и гребковых движений – Узкая стойка ноги врозь, выполнять гребок веслом – 20 раз в левую сторону, в правую – Спина прямая, выполнять в умеренном темпе

Совершенствование координационных способностей – Прыжки в сторону с равновесием на одну ногу – 12/30сек x 3 – При приземлении держать равновесие 2 секунды. Колено не выходит за стопу, туловище слегка наклонить вперед

Комплекс упражнений предназначенный для преодоления страха и паники при попадании в воду, потому что при потери равновесия занимающийся может потерять равновесие и упасть в воду. Также применяемые упражнения учат выходить из этой ситуации самостоятельно без посторонней помощи. Упражнения выполняются от 3 до 5 раз в среднем темпе.

«Потеря равновесия» – Занимающийся специально теряет равновесие – 2 повторения – Самостоятельно забраться на SUP, и продолжить движение.

«Переворот» – SUP переворачивается вверх дном – 2 повторения – Самостоятельно вернуть SUP в правильное положение и забраться на него

«Тремор с падением» – Занимающийся раскачивает SUP до потери равновесия – 2 повторения – Самостоятельно вернуться на SUP

«Прыжок на край» – Занимающийся прыгает на край SUP'а, вследствие чего SUP накрывает его – 2 повторения – Возвратить SUP в правильное положение и забраться на него как можно скорее.

«Нырок под SUP» – Занимающийся проплывает под SUP'ом и забирается на него – 2 повторения – Проплывая под водой сориентироваться как можно быстрее и забраться на SUP

Комплекс предназначенный для совершенствования работы с веслом и технических приемов, и совершенствования координационных способностей. Упражнения выполнять 4–6 раз в среднем темпе.

1. «Змейка»

Выставляется 4 буй примерно на одинаковых расстояниях друг от друга в одну линию.

Задача: идти на SUP'е оставляя буй то с левой, то с правой части SUP'а.

2. «360°»

Занимающийся становится SUP на одном месте.

Задача: обойти вокруг занимающегося по часовой и против часовой стрелки.

3. «Гребля с сопротивлением»

С весла снимается лопасть вместо лопасти надевается резиновая петля. Занимающийся выполняет имитационные гребковые движения 2 минуты.

Задача: совершенствование работы с веслом.

4. «Гребля с сопротивлением на босу»

С весла снимается лопасть вместо лопасти надевается резиновая петля. Занимающийся выполняет имитационные гребковые движения на босу 2 минуты.

Задача: совершенствование работы с веслом и координационных способностей.

5. «Гребля с сопротивлением в правую-левую сторону»

С весла снимается лопасть вместо лопасти надевается резиновая петля. Занимающийся выполняет имитационные поочередно гребковые движения в правую-левую сторону 2 минуты.

Задача: совершенствование работы с веслом.

Sup-board приобретает все большую популярность, ежегодно проводится флешмоб «Угон льдины», в котором, 10 марта 2024 года, приняло участие около 500 человек. Также летом 2023 года 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 внедрить разработанные комплексы упражнений в дополнительные общеразвивающие программы физкультурно-спортивной направленности Всероссийского Детского Центра «Океан».

На следующем этапе исследования будет проанализировано эмоциональное состояние и физическую подготовленность девушек 16-17 лет после проведения физкультурно-спортивной программы «Вода – твоя стихия».

1. Сеченов И.М. Методика «САН». – Москва: Московский медицинский институт им. Сеченова И.М., 1973.

2. Киселев Ю.Я. Методика «градусник» состояний. – Ленинград: Ленинградский научно-исследовательский институт физической культуры, 1975.

3. Мищенко Н.Ю. Коррекция телосложения девушек – 16-18 лет средствами силового фитнеса (на примере занятий в тренажерном и фитнес-зале) // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта, 2021. – С. 5–8

4. Сбитнева О.А., Прянишников Д.Н. Физическая культура на открытом воздухе как средство оздоровления студентов // Международный журнал гуманитарных и естественных наук, 2019. – С. 2–3

5. Лисовский А.Ф., Казакова Н.А. Формирование и сохранение физического здоровья студенток вузов на основе средств акваэробики // Вестник Томского государственного университета, 2008. – С. 2–3

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КИБЕРСПОРТА В ВУЗЕ (НА ПРИМЕРЕ МГУ ИМЕНИ АДМИРАЛА Г.И. НЕВЕЛЬСКОГО)

В.С. Заблоцкий, бакалавр
Т.А. Кудра, преподаватель

*Морской государственный университет имени адмирала Г.И. Невельского
Владивосток. Россия*

Аннотация. Современному спортивному движению для привлечения людей различных возрастов, в первую очередь молодежи, важно учитывать фактор цифровизации всех областей социальных взаимоотношений, в том числе физической культуры и спорта. С появлением компьютеров и внедрением их в жизнь каждого человека, появились и новые виды спорта, которыми уже увлекается молодежь.

Ключевые слова: *cyber-sport, videogames, digitalization of physical culture and sports.*

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF E-SPORTS AT UNIVERSITIES (USING THE EXAMPLE OF THE MARITIME STATE UNIVERSITY NAMED AFTER ADMIRAL G.I. NEVELSKOY)

Abstract. For the modern sports movement to attract people of different ages, primarily youth, it is important to consider the factor of digitalization of all areas of the social level, including physical culture and sports. With the advent of computers and their introduction into life, every person who has appeared and new sports are already interested in young people.

Keywords: *Information and communication technologies (ICT); human resources; human resource management; quality of life of employees; job satisfaction; level of well-being.*

Заметным событием спортивной жизни России 2024 года стало масштабное спортивное мероприятие «Игры Будущего» на стыке спорта, науки и технологий, соединение классических и цифровых видов спорта, которое можно считать новационным направлением развития молодежного спорта.

Появление нового социального явления на небосклоне спортивной жизни общества стало отражением направления государственной политики по вовлечению в физкультурно-спортивную деятельность граждан всех возрастов, социальное движение по привлечению к активному образу жизни.

Особое место в появлении данной связи заняли новые виды источников и каналов передачи информации, появление которых наполнило новационным содержанием все стороны жизни общества, включая физическую культуру и спорт.

Повсеместное внедрение онлайн- и медиа-ресурсов в физкультурно-спортивную деятельность вызвало эффект «расширение границ» реальных спортивных залов и создание виртуальных спортивных пространств.

Физическая культура и спорт переступили границу реальности и стали активно осваивать виртуальное пространство в новационном для них направлении.

Для обозначения новационного направления развития спорта, стал использоваться термин «киберспорт».

Объектом исследования является физкультурно-спортивная деятельность молодежи.

Предмет исследования киберспорт в вузе.

Цель исследования: раскрыть составляющие потенциала вуза для формирования среды, способствующей развитию студенческого киберспорта.

Задачи исследования:

- 1) Проследить возникновение и развитие киберспорта в вузах.
- 2) Выявить потенциал развития киберспорта в вузе.

Для решения поставленных задач были использованы методы анализ источников и опрос.

Анализ интернет-ресурсов позволил заключить, что термин «киберспорт» впервые появился в 1972 году, когда на базе Стэндфордского университета был проведён первый публичный киберспортивный турнир по игре «Spacemar!» [1].

Внедрение компьютерных технологий способствовало цифровизации практически всех направлений спортивной индустрии: спортивная подготовка и выступления на соревнованиях, контроль здоровья и функционального состояния спортсменов, трансляции спортивных событий и анализ реакции болельщиков при посещении спортивных сооружений, проведение онлайн-трансляций.

Компьютерным играм была изначально уготована участь рано или поздно превратиться в киберспорт. Подтверждением этому стало повторное включение киберспорта в перечень признанных видов спорта в 2016 году. С тех пор на территории Российской Федерации проводятся различные киберспортивные турниры и с каждым годом их становится всё больше. Самым крупным киберспортивным турниром стали «Игры будущего» в 2024 году в городе Казань. Организаторы заявляют о планах сделать этот турнир ежегодным. Соревнования на «Играх будущего» включали гонку дронов, спортивное программирование, лазертег и фиджитал хоккей – все это новые и быстро набирающие популярность виды спорта. К примеру, трансляцию игр в г. Казань посмотрели более миллиарда человек. Соревнования проходили на стыке спорта реального и виртуального благодаря Федеральному проекту «Спорт – норма жизни» в рамках нацпроекта «Демография».

Исходя из сложившейся практики использования термина, «киберспорт» в настоящее время означает разнообразную соревновательную деятельность, отличительной особенностью которой является использование совокупности программных, программно-аппаратных и технических средств для воспроизведения двигательных действий, и исполнении команд игровым персонажем в виртуальном пространстве.

В настоящее время ведущие вузы Владивостока уже имеют структурные подразделения, занимающиеся развитием киберспорта. К примеру, ВВГУ имеет выделенный центр развития киберспорта «Кибер лаборатория» (Кибер Арена ВВГУ, 152 подписчика на ресурсах 1% от количества студентов) [2], а в ДВФУ базируется киберспортивная организация PINGwin (2698 подписчиков 13,5% от количества студентов)[3], на базе МГУ имени адм. Г.И. Невельского так же функционирует киберспортивный клуб KillerWhale (225 подписчиков 3% от количества студентов) [4].

Таким образом, киберспорт развивается повсеместно в вузах, но во многом зависит от помощи и финансирования со стороны учебных заведений, Зачастую, организация есть, но о ней знают лишь те студенты, которые занимались её поиском самостоятельно.

В целях изучения предпосылок развития киберспорта в вузе в 2024 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.

В результате проведённого исследования выяснилось, что большая часть студентов рассматривает компьютерные игры как интересный способ досуга. 34% опрошенных играют в соревновательные онлайн игры, которые являются киберспортивными дисциплинами (рис. 1).



Рис. 1. Распространение компьютерных игр в качестве досуга среди студентов

Опрос показал, что 22% студентов проявляет интерес к городским киберспортивным соревнованиям, 6% студентов принимали в них участие (рис. 2).

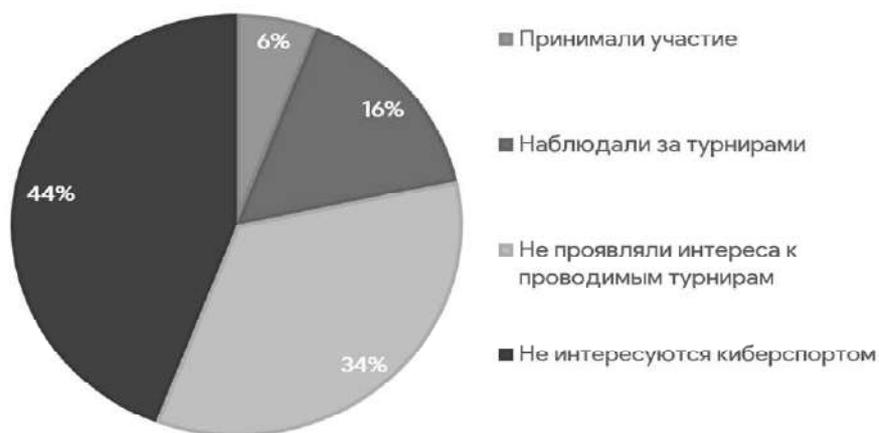


Рис. 2. Степень активности студентов по отношению к киберспортивным мероприятиям

Наиболее популярными являются дисциплины Dota 2 и CS:GO (рис. 3).

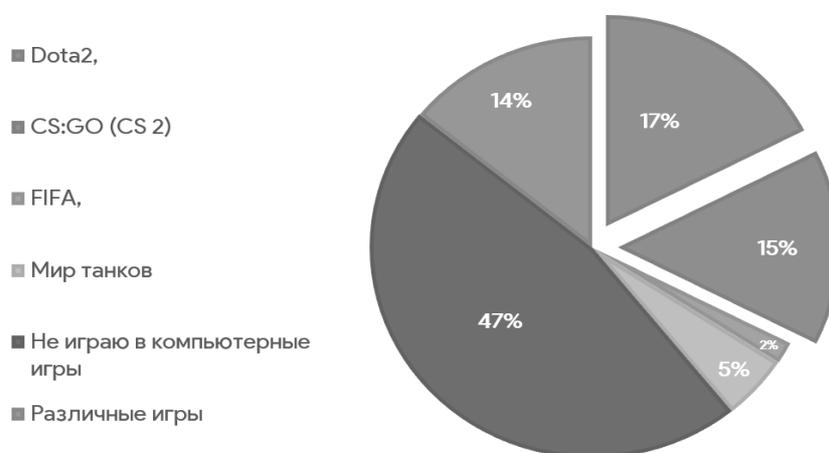


Рис. 3. Популярность отдельных компьютерных игр среди студентов

Из числа всех опрошенных студентов, 29% потенциально могут заняться киберспортивной деятельностью на базе университета, а 12% уже готовы принять участие в проходящих соревнованиях (рис. 4).

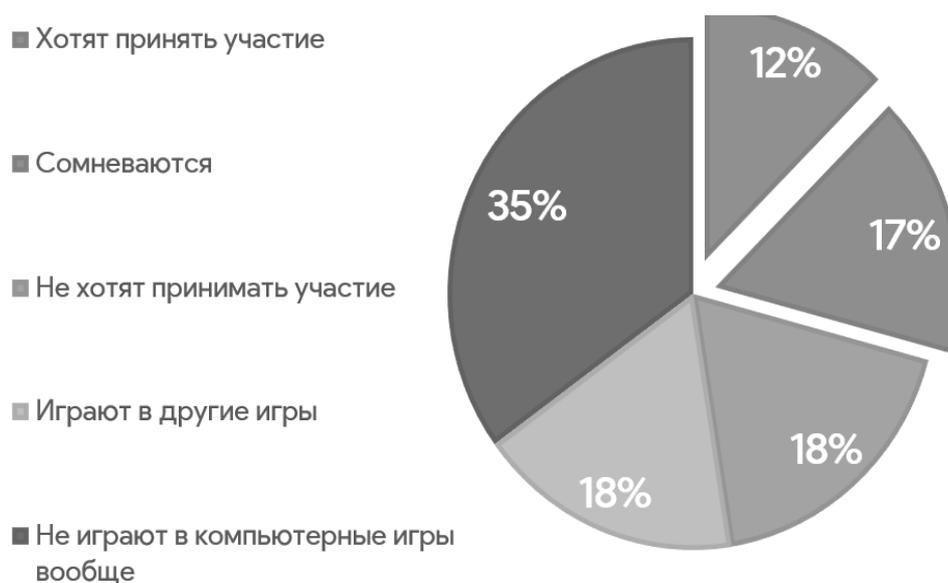


Рис. 1. Готовность студентов к участию в киберспортивных мероприятиях в вузе

Большинство студентов заинтересованы в развитии киберспорта в вузе. Наибольшую популярность среди студентов имеют 2 игры. С учетом этого, целесообразно ограничить финансирование только двумя данными лигами, что значительно упрощает первые шаги на пути популяризации киберспорта.

Таким образом, киберспорт имеет реальные перспективы для развития в виде спортивной дисциплины не только в Морском университете, но и в других учебных заведениях города, страны. В настоящее время в качестве досуга в студенческой молодежной среде предпочтение отдается компьютерным играм. Немалый интерес вызывают проводимые в городе киберспортивные соревнования. Так как в основном студенты отдают предпочтение 2 самым популярным дисциплинам, для развития достаточно обеспечить лишь лиги данных игр.

1. Киберспорт: история и развитие // Центр изучения мониторинга молодежной среды [сайт] 17.03.2023. – URL <https://www.cism-ms.ru/poleznye-materialy/kibersport-istoriya-i-razvitie/>

2. Положение о структурном подразделении лаборатория «Кибер-арена». – Текст: электронный. – URL <https://www.vvsu.ru/about/divisions/academic/dep/id/107002> (дата обращения: 25.09.2023)

3. Киберспортивная организация PINGwin. – Текст: электронный / ДВФУ [сайт]. – URL <https://www.dvfu.ru/student-life/social-organization/public-association-/kibersportivnaya-organizatsiya-pingwin/>

4. Киберспортивный клуб университета. – Текст: электронный / МГУ им. Адм. Невельского [сайт]. – URL https://www.msun.ru/ru/culture_sport/cyber

УДК 796

ИССЛЕДОВАНИЕ ВКЛАДА АЭРОБНОГО И АНАЭРОБНОГО МЕХАНИЗМОВ ЭНЕРГООБРАЗОВАНИЯ НА БЕГ

Д.Е. Курицын, бакалавр
О.О. Шумская, канд. пед. наук, доцент

*Морской государственный университет имени адмирала Г.И. Невельского
Владивосток. Россия*

Аннотация. В приведенной статье приведен обзор на исследование, проведенное западными учеными, которое показывает вклад аэробного и анаэробного механизмов энергообразования на бег. Был проведен анализ после прочтения, сделаны выводы не только по экспериментам, приведенным ниже, но и по научной литературе.

Ключевые слова: лактат, энергообразование, ЧСС, модели разделения на зоны.

INVESTIGATION OF THE CONTRIBUTION OF AEROBIC AND ANAEROBIC MECHANISMS OF ENERGY FORMATION TO RUNNING

Abstract. The above article provides an overview on a study done by western scientists that shows the contribution of aerobic and anaerobic mechanisms of energy production on running. Postreading analysis was done, conclusions were drawn not only from the experiments below, but also from various scientific literature.

Keywords: lactate, energy generation, HR, zone partitioning models.

Актуальность. Выявление аэробных и анаэробных зон во время тренировочного процесса позволяют правильно составить план тренировки для получения желаемого результата.

Цель: узнать вклад аэробного и анаэробного механизмов энергообразования во время бега. Определить «анаэробную красную пороговую зону».

Гипотеза: предполагается, что последняя фаза в беге является анаэробной или «красной».

Задачи:

1. Изучить научно-литературные источники по цели исследования.
2. Провести анализ исследования и сделать выводы.

Разделение доступного диапазона нагрузки на зоны интенсивности – важный аспект тренировок на выносливость. Классификация зон нагрузки по частоте сердечных сокращений (ЧСС) часто используется как критерий разделения между ними. Это связано с тем, что ЧСС может служить хорошим показателем тяжести аэробных нагрузок. Существует концепция пульсовых зон, включающая различные модели разделения нагрузки на зоны. Например, трехзонная, пятизонная или семизонная модели. Каждая из них имеет свои особенности и предназначена для определенных целей тренировок. Интересный факт заключается в том, что во всех моделях разделения присутствует «зона жиросжигания» и «красная или анаэробная зона». Важно учитывать эти зоны при планировании тренировок, чтобы достигнуть оптимальных результатов и эффективности тренировочного процесса, ведь у каждого человека свой организм, который по-разному влияет на нагрузки – так, например, для не натренированного человека лучше будет выбрать упражнения и работать в «Аэробной» зоне. [1].



Рис. Пример модели разделения на зоны¹

Для участия в эксперименте было отобрано несколько человек:

- 10 бегунов-любителей на длинные дистанции (возраст 30 ± 4 года, вес $75,7 \pm 7,0$ кг, рост $1,78 \pm 0,06$ м и жир $15,2 \pm 3,8\%$);
- все испытуемые регулярно тренировались последние два года перед экспериментом;
- испытуемые регулярно участвовали в региональных соревнованиях.

Этапы эксперимента:

1. Испытуемые прошли тест с возрастающей нагрузкой на беговой дорожке.
2. После разминки со скоростью 6 км/ч скорость увеличивалась на 1,2 км/ч каждые 3 минуты до истощения.

Как проводились измерения: после каждого этапа прибавки скорости, испытуемым был дан 10-секундный перерыв, во время которого из мочки уха были взяты образцы крови для определения концентрации лактата и потребления кислорода

Что измеряли после эксперимента:

1. Определяли аэробный и анаэробный пороги.
2. Максимальное потребление кислорода.
3. ЧСС; легочную вентиляцию; дыхательный коэффициент и концентрацию лактата.
4. Абсолютные и относительные вклады каждого из механизмов энергообразования.

Проведя эксперимент, получили следующие данные (табл. 1) [3].

Таблица 1

Изменения параметров и концентрации лактата с начала теста до максимальной скорости. Физиологическая реакция на разную скорость при беге

Скорость (км/ч)	6	7,2	8,4	9,6	10,8	12	13,2	14,4	15,6	16,8	18
Легочная вентиляция (л/мин – минутная вентиляция)	40,7	52,8	58,9	65,7	74	81,3	91,5	118,6	122,3	122,3	143

¹ Слева – частота сердечных сокращений, а снизу указан возраст

Скорость (км/ч)	6	7,2	8,4	9,6	10,8	12	13,2	14,4	15,6	16,8	18
Дыхательный коэффициент (коэффициент дыхательного обмена)	.84	.94	.95	.96	1	1.01	1.05	1.1	1.14	1.14	1.15
Лактат (накопление лактата в крови)	1,3	1,3	1,3	1,8	1,8	2,2	2,6	3,55	4,7	5,7	8,3
ЧСС (Частота сердечных сокращений/Пульс)	110	127	135	144	152	160	167	179	180	181	183

Лактат – это молочная кислота, которая образуется в организме в результате окислительной реакции в мышечной ткани [2]. Именно из-за молочной кислоты после тренировки в мышцах чувствуется усталость, а также болевые ощущения, которые в последствие до выведения кислоты из организма мешают заниматься каким-либо спортом. Накопление лактата в таблице показывает, что чем выше скорость – тем выше усталость организма, начинается слишком высокая нагрузка. Естественно, чем меньше накопление лактата – тем лучше. Слишком высокая концентрация лактата также мешает дальше заниматься спортом – заниматься с болезненными ощущениями невозможно, поэтому организму и мышцам нужен отдых. Несмотря на это, молочная кислота также и помогает организму:

1. Является источником энергии для мышц (При интенсивных тренировках, в качестве источника энергии для мышц используется молочная кислота. Анаэробный метаболизм, в свою очередь, способен производить молочную кислоту, которая быстро способствует снабжению мышц энергией. Эта энергия необходима для поддержания сокращения мышц и физической работоспособности).

2. Участвует в регулировании pH крови (Увеличивается выработка углекислого газа (CO_2) и других кислых веществ в период физических упражнений, это может привести к закислению крови. Молочная кислота, благодаря своей способности буферизировать эти кислые вещества, способствует сохранению баланса pH в крови и предотвращению таких проблем, как метаболический ацидоз).

Принимая во внимание положительное и отрицательное влияние молочной кислоты на мышцы, важно разработать стратегию тренировок и восстановления, которая позволит управлять ее накоплением и получать максимальную пользу, при этом минимизируя недостатки [5].

Помимо этого, в таблице указаны и другие показатели, например такие, как дыхательный коэффициент, легочная вентиляция, и ЧСС – данные параметры очень важны при беге на длительные дистанции. Так, ЧСС (частота сердечных сокращений), или по-другому пульс, показывает работу нашего сердца. Очень важно следить за этим, так как может появиться угроза чрезмерной нагрузки на сердечно-сосудистую систему, а также общей перетренированности организма, ведь основу бега составляет именно моторная нагрузка, а не физическая, на которую влияет именно сердце. Показатели дыхательного коэффициента и легочной вентиляции также очень важны – мы рассматриваем аэробную зону, которая подразумевает под собой относительно низкую интенсивность упражнений, где кислород используется как основной источник энергии для поддержания мышечной двигательной деятельности («Аэробный» (дословно – «воздушный») означает, что одного кислорода достаточно для адекватного удовлетворения потребности в энергии во время физического упражнения) [4]

Таблица 2

Абсолютные вклады аэробной и анаэробной (гликолитической) систем энергообразования [3]

Скорость (км/ч)	6	7,2	8,4	9,6	10,8	12	13,2	14,4	15,6	16,8	18
Аэробная (кДж)	47,2	63	94,4	110	124	134	147	160	168	177	183
Гликолитическая (Анаэробная) (кДж)	2,1	2	2,2	4,3	4,4	6	8,1	12	17,9	20,3	30,6
Общая (общая энергетическая потребность)	49,3	65,1	96,6	114,4	128	140	155	172	186,7	197	214

На протяжении всего теста до отказа, вклад аэробной системы был значительно выше по сравнению с вкладом анаэробной на протяжении всего времени тестирования. Вклад аэробной

(гликолитической) системы постоянно увеличивался и достигал $183,9 \pm 23,5$ кДж, в то время как вклад анаэробного (гликолитика) уменьшался и достигал $30,6 \pm 3,0$ кДж. [3]

Видя приведенные таблицы, а также данные в них, можно сделать несколько выводов:

1. При беге преобладает аэробный метаболизм (Исследование продемонстрировало, что за время проведения теста доля аэробного энергообеспечения уменьшилась примерно на 9% от начальной до конечной скорости, подтверждая доминирование аэробного процесса на протяжении всего испытания до момента отказа).

2. «Анаэробный порог» не существует или незначителен (Отсутствие резкого усиления гликолитической активности при превышении определенного уровня нагрузки).

Незначительный вклад «Анаэробной» зоны (В условиях длительной циклической активности в «красной», или «анаэробной», зоне анаэробные механизмы по-прежнему вносят незначительный вклад. Эта зона, по всей видимости, остается смешанной и скорее всего сохраняет свой аэробный характер).

Также, следует учесть то, что эксперимент был проведен с бегунами-любителями. То есть по данному исследованию нельзя точно сказать, как будет действовать аэробная и анаэробная зона при беге, если вместо занимающегося бегуна испытуемый будет человеком, который не занимается или почти не занимается спортом. В данном случае, вполне допускается то, что «красная» зона будет иметь значительное влияние, однако в изначальном исследовании от зарубежных ученых такой информации нет.

1. Bertuzzi R, Nascimento EM, Urso RP, Damasceno M, Lima-Silva AE. Energy system contributions during incremental exercise test. J Sports Sci Med. 2013 Sep 1;12(3):454-60

2. Определение лактата – Текст: электронный. – <https://medvedev.ru/spravochnik-zabolevany/opredelenie-laktata-v-syvorotke-krovi/>.

3. Данные экспериментов – Текст: электронный. – URL: https://dzen.ru/a/ZFs_fg0vFTSv4rnt?sid=11567129794782642.

4. Понятие аэробных упражнений – Текст: электронный – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Аэробное_упражнение

5. Плюсы и минусы молочной кислоты в мышцах – Текст: электронный – <https://www.flex-sport.ru/blog/fitnes/bystro-vyvesti-molochnuyu-kislotu-iz-myshts>

УДК 37.037

ФУТБОЛ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ МОТИВАЦИИ К ЗАНЯТИЯМ ПО ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ У ДЕВОЧЕК 15–16 ЛЕТ

Д.И. Мягков, бакалавр

Т.М. Дьяконова, канд. пед. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Аннотация. В статье рассматриваются особенности мотивации к занятиям футболом у подростков 15–16 лет. Анализируются факторы, влияющие на формирование интереса к футболу в этом возрасте. Обосновывается необходимость учета возрастных и психологических особенностей при организации тренировочного процесса. Даются практические рекомендации по повышению мотивации подростков к двигательной активности на занятиях футболом.

Ключевые слова: мотивация, футбол, подростки, двигательная активность, тренировочный процесс.

FOOTBALL AS A MEANS OF INCREASING MOTIVATION FOR PHYSICAL EDUCATION CLASSES IN GIRLS AGED 15–16 YEARS OLD

Abstract. The article examines the features of motivation for playing football in adolescents aged 15–16 years old. The factors influencing the formation of interest in football at this age are analyzed. The necessity of taking into account age and psychological characteristics in organizing the training process

is substantiated. Practical recommendations are given on how to increase the motivation of adolescents for physical activity in football classes.

Keywords: *motivation, football, teenagers, physical activity, training process.*

Актуальность. В подростковом возрасте у детей наблюдается снижение интереса к регулярным занятиям физической культурой, что объясняется переходным периодом, гормональными изменениями и сменой интересов. Однако важность регулярной физической активности в этот период для полноценного развития и укрепления здоровья неоспорима. Поэтому актуальной проблемой является поиск эффективных средств и методов мотивации подростков к занятиям физкультурой в возрасте 15–16 лет.

Объект исследования: процесс физического воспитания подростков 15–16 лет.

Предмет исследования: методика применения средств футбола для повышения мотивации к двигательной активности у девочек 15–16 лет.

Цель исследования: разработать и экспериментально обосновать методику применения средств футбола для повышения мотивации у девочек 15–16 лет к регулярным занятиям физической культурой.

Гипотеза исследования: в данном исследовании мы предполагаем, что активное использование футбольных упражнений и игровых заданий в учебном процессе по физкультуре у девочек 15–16 лет способствует увеличению их мотивации к занятиям физической активностью, что в свою очередь может положительно сказаться на их физической форме, самооценке и общем самочувствии.

Были сформулированы следующие **задачи исследования:**

1. Провести анализ научно-методической литературы по данной проблеме.
2. Выяснить исходный уровень мотивации девочек 15–16 лет к занятиям физической культурой.
3. Разработать методику использования футбольных упражнений на уроках физкультуры с целью увеличения мотивации учащихся.
4. Провести эксперимент для проверки эффективности новой методики.
5. Осуществить обработку и анализ результатов педагогического эксперимента.

Практическая значимость исследования заключается в том, что разработанная методика использования средств футбола может быть применена учителями физической культуры общеобразовательных школ для повышения-стимулирования интереса учащихся 15–16 лет к занятиям, а также рекомендована тренерам детско-юношеских спортивных школ и секций.

Организация исследования: в констатирующем педагогическом эксперименте приняли участие девочки 15–16 лет, учащиеся 10 классов МБОУ «Средняя общеобразовательная школа № 83» в количестве 30 человек.

На первом этапе исследования был проведен анализ научно-методической литературы, который показал, что проблема снижения мотивации к занятиям физической культурой в подростковом возрасте рассматривалась в трудах ряда авторов (М.Я. Виленский, А.А. Гужаловский, А.А. Пилосян, С.В. Сырова и др.). В то же время вопросы применения конкретных средств и методов повышения мотивации с учетом интересов и предпочтений самих учащихся-подростков изучены недостаточно [1–10].

Для выявления исходного уровня мотивации были использованы следующие методики: анкетирование по методике В.И. Тропникова «Изучение мотивов занятий физической культурой», педагогическое наблюдение во время уроков [8].

Результаты констатирующего эксперимента показали, что лишь у 22% девочек отмечается средний и высокий уровень мотивации к занятиям физкультурой. У остальных преобладают низкая мотивация и полное отсутствие интереса к предмету.

На втором этапе была разработана методика с использованием средств футбола, включающая комплексы физических упражнений и подвижные игры с элементами этого вида спорта. Методика предусматривала внедрение данных средств в структуру традиционных уроков физкультуры со следующей периодичностью: 2 раза в неделю на протяжении одной четверти.

Для определения эффективности разработанной методики был проведен формирующий педагогический эксперимент длительностью одна четверть. В конце формирующего этапа эксперимента повторно проводилось анкетирование учащихся, а также наблюдение за уроками.

Полученные результаты свидетельствуют о положительной динамике уровня мотивации девочек экспериментальной группы. Количество учащихся с высоким уровнем мотивации увеличилось до 46%, со средним уровнем – до 42% (см. таблица).

Динамика уровня мотивации девочек 15–16 лет экспериментальной группы

Уровень мотивации	Констатирующий эксперимент (в %)	Формирующий эксперимент (в %)
Высокий	6	46
Средний	15	42
Низкий	58	7
Отсутствует	10	0



Рис. Динамика уровня мотивации девочек 15–16 лет экспериментальной группы

Как видно из таблицы и рисунка, по результатам констатирующего эксперимента лишь 6% девочек имели высокий уровень мотивации, 15% – средний уровень. После проведения формирующего эксперимента с применением разработанной методики доля учащихся с высоким уровнем мотивации возросла до 46%, со средним уровнем – до 42%.

Таким образом, гипотеза исследования нашла свое подтверждение. Разработанная методика комплексного применения средств футбола в рамках уроков физической культуры оказалась эффективной для повышения мотивации девочек 15–16 лет к регулярным занятиям [2, 4].

Полученные в ходе исследования результаты могут быть полезными в использовании учителями физической культуры, а также тренерами детско-юношеских спортивных школ помогая им эффективнее организовывать занятия по физическому воспитанию подростков 15–16 лет.

1. Аксарина И.Ю., Мосина Н.В., Прутьян С.В. Формирование специальной выносливости юношей 15–16 лет, занимающихся мини-футболом // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2021. – № 10–2(61). – С. 41–44.

2. Анучин Д.С., Джумахметова О.Н. Исследование эффективности использования элементов игры в футбол на физическое развитие школьников 15–16 лет // Актуальные проблемы экспериментальной и клинической медицины: Сборник статей 81-й международной научно-практической конференции молодых ученых и студентов, Волгоград, 19–21 апреля 2023 года. – Волгоград: Волгоградский государственный медицинский университет, 2023. – С. 3.

3. Васильева Д.Е., Рамзайцева А.А. Повышение эффективности перехватов мяча на основе развития скорости двигательной реакции у гандболисток 15–16 лет // Человек в мире спорта: материалы всероссийской научно-практической конференции молодых исследователей с международным участием, посвященной Дню российской науки, Санкт-Петербург, 20–31 марта 2023 года / гл. редактор С.И. Петров. – Санкт-Петербург: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Национальный государственный Университет физической культуры, спорта и здоровья имени П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург», 2023. – С. 386–391.

4. Демиденко Н.М., Алексеева Е.Н. Методика развития координационных способностей мальчиков 14–15 лет на внеурочных занятиях по футболу // Интернаука. – 2020. – № 7–1(136). – С. 14–15.

5. Ишкузин Д.А., Кругликова В.С., Усманов В.Ф. Методика воспитания общей и специальной выносливости у подростков 15–16 лет, занимающихся мини-футболом // Актуальные проблемы физической культуры

туры, спорта и туризма: XV Международная научно-практическая конференция, Уфа, 14–15 мая 2021 года. – Уфа: ФГБОУ ВО «Уфимский государственный авиационный технический университет», 2021. – С. 92.

6. Миколаюк А.В. Бортникова С.А., Денисов И.В. Эффективность сопряженного метода выполнения упражнений на секционных занятиях по футболу у школьников 15–16 лет // Культура физическая и здоровье современной молодежи: Материалы III Международной научно-практической конференции, Воронеж, 15 сентября 2020 года / ред.: Н.И. Бугаков [и др.], под ред. А.И. Бугакова, С.А. Бортниковой. – Воронеж: Воронежский государственный педагогический университет, 2020. – С. 112–116.

7. Особенности развития скоростной выносливости у футболистов 15–16 лет / В.Л. Скитневский, А.Д. Иванов, С.В. Бурханов, А.А. Шалаев // Глобальный научный потенциал. – 2020. – № 11(116). – С. 153–155.

8. Повышение двигательной активности и физической подготовленности обучающихся в вузе средствами занятий футболом / Е.Л. Григорьева, А.А. Ванечкин, М.С. Кириллов, А.А. Степурко // Глобальный научный потенциал. – 2023. – № 4(145). – С. 174–176.

9. Столбова В.И., Шумихина И.И. Влияние двигательной активности на уровень физического здоровья учащихся 15–16 лет // Физическая культура, спорт, здоровый образ жизни в XXI веке: Сборник научных статей международной научно-практической конференции, Могилев, 10–15 декабря 2018 года. – Могилев: Могилевский государственный университет им. А.А. Кулешова, 2020. – С. 86–88.

10. Шабанов В.И. Повышение технической подготовленности футболистов 15–16 лет с помощью стретчинга // Зауралье спортивное. Физическая культура и спорт: интеграция научных исследований и практики: Материалы X национальной научно-практической конференции, Курган, 23 декабря 2021 года / отв. редактор И.А. Струнин. – Курган: Курганский государственный университет, 2021. – С. 52–54.

УДК 797.2

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АНИМАЦИОННЫХ УЧЕБНЫХ ЗАДАНИЙ ПРИ ОБУЧЕНИИ ПЛАВАНИЮ ДЕТЕЙ 6–8 ЛЕТ С ВОДОБОЯЗНЬЮ

К.Ю. Нижегородова, бакалавр

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Аннотация. В статье рассматривается влияние содержания включения анимационных технологий на основе сказочных сюжетов при построении внеурочных занятий по плаванию учащихся младшего школьного возраста с целью преодоления чувства страха перед водным пространством. Цель исследования – обосновать разработанные занятия начального обучения плаванию детей 6–8 лет с признаками водобоязни с использованием анимационных технологий.

Ключевые слова: обучение плаванию, водобоязнь, анимация, анимационные технологии, дети с водобоязнью.

USING ANIMATED LEARNING TASKS WHEN TEACHING SWIMMING TO CHILDREN 6–8 YEARS OLD WITH HYDROPHOBIA

Abstract. The article examines the influence of the content of including animation technologies based on fairy tales when organizing extracurricular swimming lessons for primary school students in order to overcome the feeling of fear of the water. The purpose of the study is to substantiate the developed lessons for initial swimming training for children aged 6–8 years with signs of hydrophobia using animation technologies.

Keywords: learning to swim, hydrophobia, animation, animation technologies, children with hydrophobia.

Одной из актуальных тем в спортивной науке является обучение плаванию, которое является не только полезным, но и необходимым навыком [5]. Многочисленные исследования показывают, что среди факторов, мешающих освоению навыка плавания особое место занимает гидрофобия (аквафобия, водобоязнь), которая является одной из основных трудностей для детей при освоении водной среды. В современном обществе, где наблюдается невротизация, страх перед водой может перерасти в фобию и вызвать серьезные личностные нарушения. Обучение плаванию является одним из способов преодоления этого страха и формирования уверенности в своих силах и дове-

рия к воде. В настоящее время множество людей не умеют плавать, хотя плавание является базовым видом двигательной активности. Занятия плаванием оказывают положительное воздействие на здоровье, развитие и интеллектуальные процессы ребенка [1, 2, 6].

Однако наблюдается увеличение числа школьников, которые не обладают навыками плавания. Это увеличение поддерживает страх перед водой, который становится еще сильнее в более старшем возрасте. Отсутствие у детей навыков плавания становится препятствием для освоения физической культуры и представляет реальную угрозу их безопасности. Преподаватели плавания, которые обучают детей и взрослых начальному обучению плавания, часто сталкиваются с повышенной чувствительностью и другими нежелательными реакциями своих учеников в водной среде. Это состояние называется водобоязнью и относится к отрицательным эмоциям, которые человек может испытывать. Хотя страх перед водой испытывают не многие дети (около 2–3%), это все же актуальная проблема при обучении плаванию и требует определенных знаний и навыков у преподавателя [8].

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 внеурочных занятиях по физической культуре, снимающих риски, связанные с водобоязнью детей младшего школьного возраста.

Цель: обосновать разработанный курс начального обучения плаванию детей 6–8 лет с использованием анимационных технологий на внеурочных занятиях.

С учетом выдвинутой цели были сформулированы следующие задачи:

1. Выявить основные направления и содержание педагогических факторов, снижающих водобоязнь у младших школьников на внеурочных занятиях по плаванию.

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 курс начального обучения плаванию детей 6–8 лет с использованием анимационных технологий на внеурочных занятиях по плаванию и проверить его результативность.

Практическая значимость исследования заключается в том, что разработан и апробирован курс начального обучения плаванию детей 6–8 лет с использованием анимационных технологий который может быть использован 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 применялись эмпирические методы исследования.

На третьем этапе было проведено внедрение анимационных учебных заданий для повышения плавательной подготовки у детей с признаками водобоязни

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 [9]. 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 6–8 лет Академического колледжа Владивостокского государственного университета г. Владивосток. На вопрос «Боитесь ли вы захлебнуться на занятии по плаванию» – 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 [4] 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 [7].

Для решения второй задачи мы выбрали, интерпретировали и адаптировали сюжетно-ролевые игры к водной среде.

Для подбора средств на занятиях плаванием с детьми 6–8 лет мы определили этап начального обучения плаванию, который включал группу упражнений по освоению с водой и изучению техники плавания. Мы также выделили задачи по изучению различных компонентов обучения, таких как контрастные упражнения, упражнения на дыхание, упражнения на погружение, упражнения на всплывание, упражнения на лежание, упражнения на скольжение и упражнения для попеременной работы ног на груди и на спине с подвижной опорой и без опоры.

Для каждой задачи мы выбрали и адаптировали одну из сказок, которые были отобраны в результате анкетирования. Например, сюжет сказки "Колобок" использовался для изучения контрастных упражнений по освоению с водой, "Репка" использовалась для изучения упражнений на дыхание, "Три поросенка" использовалась для изучения упражнений на погружение и т.д.

На рисунке представлен перечень основных задач и название сказки, сюжет которой способствует решению задач.

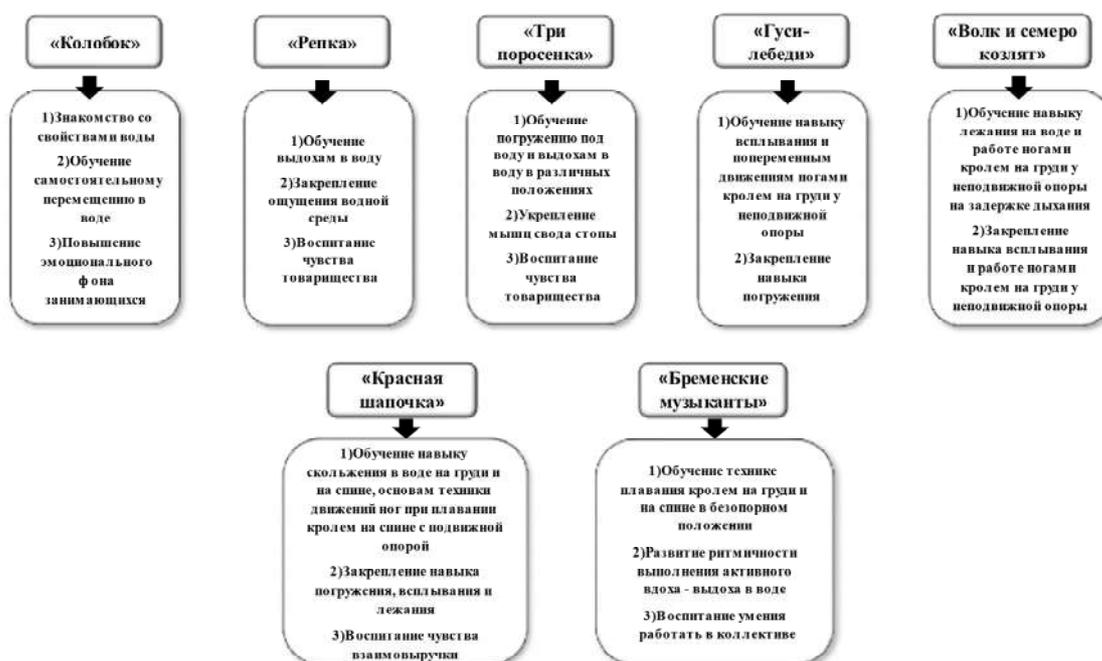


Рис. Перечень анимационных технологий на основе сказочных сюжетов и решаемые задачи на каждом занятии по плаванию для детей 6-8 лет.

Для каждой задачи обучения было выделено по 4 занятия. Первые три занятия были посвящены разучиванию упражнений, а четвертое занятие было предназначено для повторения и закрепления навыков, полученных на предыдущих занятиях. Это позволяло проигрывать всю сказку в целом. Каждое занятие состояло из трех частей: подготовительной, основной и заключительной, в соответствии со структурой проведения урока.

На подготовительной части занятия уделялось внимание организации детей и подготовке их организма. Основная часть занятия была посвящена изучению упражнений по обучению плаванию, которые соответствовали определенным целям обучения и были адаптированы под сказочный сюжет. Заключительная часть занятия предназначалась для постепенного снижения нагрузки и организации завершения занятия.

В рамках решения третьей задачи была проверена результативность разработанного курса начального обучения плаванию детей 6–8 лет с использованием анимационных технологий. Для этого был организован и проведен пилотный эксперимент, в котором приняли участие 30 школьников 1–3 классов Академического колледжа Владивостокского государственного университета.

В таблице представлены результаты плавательной подготовленности детей 6–8 лет контрольной и экспериментальной группы после проведения пилотного эксперимента.

Таблица

Плавательной подготовленности экспериментальной и контрольной групп лет после эксперимента

№	Тест	Контрольная группа (n=15)	Экспериментальная группа (n=15)	Достоверность различий (P)
1	Погружение в воду и открывание глаз (с)	8,4±0,23	13,0±0,44	<0,05
2	«Поплавок» (с)	7,8±0,19	11,0±0,3	<0,05
3	«Звездочка» на груди (с)	7,9±0,19	11,7±0,16	<0,05
4	«Звездочка» на спине (с)	15,3±0,53	27,7±1,3	<0,05
5	Попеременная работа ног кролем на груди с подвижной опорой (м)	54,7±5,3	69,1±3,6	<0,05
6	Попеременная работа ног кролем на спине с подвижной опорой (м)	36,6±2,5	67,0±4,6	<0,05
7	Попеременная работа ног в безопорном положении на груди (м)	18,8±1,3	39,5±4,1	<0,05
8	Попеременная работа ног в безопорном положении на спине (м)	16,0±1,5	49,0±3,3	<0,05

По результатам контрольных испытаний плавательной подготовленности выявлены статистически достоверные различия по всем показателям в пользу детей, входящих в экспериментальную группу.

Показатели тестирования (погружение в воду и открывание глаз (с)), имеют достоверные различия при (P<0,05). Средний показатель в экспериментальной группе составил (13,0±0,44), в контрольной (8,4±0,23). При выполнении этого упражнения детям экспериментальной группы предлагали вспомнить сказки, где необходимо прятаться, приседая под воду, таким образом, мотивируя детей на выполнение данного упражнения.

Упражнение «поплавок» достоверно лучше выполнили дети в экспериментальной группе результат составил (11,0±0,3) (с), в контрольной (7,8±0,19) при P<0,05. Разница во времени между группами составила 3,2 секунд.

Достоверные различия (P<0,05) получены по показателям «звездочка» на груди и «звездочка» на спине. Результат в контрольной группе («звездочка» на груди) равен (7,9±0,19) с., в экспериментальной (11,7±0,16) с.

Однако дети обеих групп лучше осваивают упражнение «звездочка» на спине. Вероятно, это связано с тем, что в этом положении дети не испытывают трудности с дыханием, поэтому данное контрольное испытание освоено лучше. Как показывают результаты, в экспериментальной группе он равен (27,7±1,3) секунд, в контрольной группе (15,3±0,53) секунд P<0,05.

При выполнении упражнения (попеременная работа ног кролем на груди с подвижной опорой), необходимо, чтобы ребенок как можно дольше не касался ногами дна бассейна и при этом передвигался в прямом направлении. Данное испытание достоверно лучше освоено (P<0,05) в экспериментальной группе, результат равен (69,1±3,6) м, в контрольной (54,7±5,3) м.

По результатам контрольного испытания (попеременная работа ног кролем на спине с подвижной опорой) выявлены достоверные различия (P<0,05). В экспериментальной группе этот показатель равен (67,0±4,6) с без остановки, в контрольной группе (36,6±2,5).

Проведя анализ выполнения упражнения (попеременная работа ног в безопорном положении на груди (м)), выявлено, что достоверно (P<0,05) лучше упражнение освоено в экспериментальной группе, результат равен (39,5±4,1) м, в контрольной (18,8±1,3) м.

В контрольном упражнении (попеременная работа ног в безопорном положении на спине (м), так же экспериментальная группа показала результат выше ($49,0 \pm 3,3$) м, чем контрольная группа ($16,0 \pm 1,5$) м.

В результате проведения исследования было проведено повторное анкетирование для определения уровня страхов у контрольной и у экспериментальной групп. Были получены следующие показатели в экспериментальной группе: процент детей с повышенным уровнем страхов снизился на 10% (у контрольной на 6%), количество детей с низким уровнем страхов изменилось на 16% (у контрольной на 8%), что говорит о том, что в экспериментальной группе уровень тревожности ниже чем в контрольной группе после эксперимента.

Таким образом, в результате обобщения полученных данных установлено, что использование анимационных учебных заданий на основе сказочных сюжетов в занятиях плаванием с детьми носит выраженный положительный эффект, позволяет лучше решать задачи обучения, развития и оздоровления, способствует формированию устойчивого интереса к занятиям и повышает эффективность процесса обучения плаванию детей дошкольного возраста.

1. Бажев А.А., Бажев А.З. Гидрофобия, причины возникновения и способы преодоления // Перспектива: материалы Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых учёных. – 2021. – С. 41–45.

2. 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.

3. 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.

4. Захаров А.И. Методика исследования страхов «Страхи в домиках» – Текст: электронный // Образовательная социальная сеть nsportal.ru – URL; <https://nsportal.ru/detskii-sad/korreksionnaya-pedagogika/2020/01/20/test-strahi-v-domikah-a-i-zaharova>

5. Макарчев В.А. Значимость обучения плаванию детей дошкольного возраста в формировании жизненно-необходимых навыков // Наука– 2020. 2021. № 1 (46). С. 119–122.

6. Мухина В.С., Хвостов А.А., Юрчук В.В. Возрастная психология: Детство, отрочество, юность: хрестоматия: учеб. пособие для студ. пед. вузов. – Москва: Академия, 2010. – 624 с

7. Нижегородова К.Ю., Мазитова Н.В. К вопросу о снижении водобоязни у обучающихся младших классов при использовании анимационных учебных заданий // Современные проблемы физической культуры и спорта: сб. материалов XXVI Всероссийск. науч.-практ. конф., Хабаровск, ДВГАФК, 25-26.11.2022 г./ общ.ред. Е.А. Ветошкиной. – Хабаровск: ДВГАФК, 2022. – С. 161-164.

8. Тумашкина Г.С., Кожанов В.И., Суриков А.А. Психологопедагогические основы совершенствования методики преодоления аквафобии у детей дошкольного возраста // Актуальные проблемы физической культуры и спорта: матер. VIII междунар. научно-практ. конф. – Чебоксары. – 2019. – С. 81–87.

9. Фисюк Т.Т. Проявление феномена анимации в технологии организации культурно-досуговых программ // Учёные записки (Алтайская государственная академия культуры и искусств). 2018 – №2 (16) – С.74-80.

УДК 37.037

АКТУАЛЬНОСТЬ РАЗВИТИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА В СОВРЕМЕННОЙ ШКОЛЕ С ПРИМЕНЕНИЕМ ПОДВИЖНЫХ ИГР У УЧАЩИХСЯ 9–10 ЛЕТ

Е.А. Потетина, бакалавр
Т.М. Дьяконова, канд. пед. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

***Аннотация.** Целью исследования является актуализация подвижных игр, используемых в физическом воспитании с целью развития эмоционального интеллекта школьников. Рассматриваемые игры способствуют формированию спортивно-познавательной заинтересованности учащихся и повышению эмоционального настроения на уроках по физической культуре. Таким образом в статье раскрывается анализ литературных источников и наиболее доступные подвижные игры для развития эмоционального интеллекта.*

Ключевые слова: подвижные игры, образовательный процесс, эмоциональный интеллект, учащиеся младших классов, эмоции, чувства.

THE RELEVANCE OF THE DEVELOPMENT OF EMOTIONAL INTELLIGENCE IN A MODERN SCHOOL WITH THE USE OF OUTDOOR GAMES IN STUDENTS AGED 9–10 YEARS

Abstract. *The aim of the study is to actualize outdoor games used in physical education to develop the emotional intelligence of schoolchildren. The games in question contribute to the formation of students' sports and cognitive interest and increase their emotional mood in physical education lessons. Thus, the article reveals the analysis of literary sources and the most accessible outdoor games for the development of emotional intelligence.*

Keywords: *outdoor games, educational process, emotional intelligence, elementary school students, emotions, feelings.*

В современном обществе важно не только развивать когнитивные навыки у ребят, но и уделять внимание их эмоциональному развитию. Эмоциональный интеллект играет ключевую роль в формировании личности и успешной адаптации в обществе. Особенно важно начинать работу над развитием эмоционального интеллекта на ранних этапах обучения, включая в школьную программу специальные упражнения и методики. Дети в возрасте 9–10 лет находятся в периоде активного формирования своей личности, в том числе и в области эмоционального развития. Подвижные игры представляют собой отличное средство для стимулирования эмоционального интеллекта учащихся. Они способствуют развитию навыков саморегуляции, эмпатии, управления эмоциями и социальной адаптации.

Основным противоречием, которое мы стремимся разрешить в нашем исследовании, является противоречие между всё более возрастающими требованиями образовательного процесса к результатам формирования у младших школьников способностей развития эмоционального интеллекта и недостаточной проработанностью теоретических и методических пособий [1].

Объектом исследования является физическое воспитание школьников.

Предметом исследования актуальность развития эмоционального интеллекта в современной школе с применением подвижных игр у учащихся 9–10 лет

Цель исследования – обосновать актуальность развития эмоционального интеллекта в современной школе с применением подвижных игр у учащихся 9–10 лет.

С учётом цели были сформулированы задачи исследования:

1. Изучить анализ литературных источников по проблеме исследования.
2. Выявить наиболее доступные игры для развития эмоционального интеллекта.
3. Обобщить результаты анализа литературных источников.

Методы исследования:

– проанализировать литературные источники по психологии, педагогике, теории и методики физического воспитания;

– отобрать и систематизировать методические материалы по проблеме исследования.

Эмоциональный интеллект играет важную роль в повышении результативности обучения на уроках по физической культуре, способствуя эффективному обучению учеников. Развитие эмоционального интеллекта учащихся играет ключевую роль в формировании их образовательных достижений. Использование подвижных игр в процессе обучения может стать эффективным средством развития их эмоционального интеллекта. Подвижные игры способствуют не только физическому развитию детей, но и улучшению их способности распознавать и управлять своими эмоциями. В процессе игры дети учатся справляться с различными эмоциональными состояниями, контролировать свои реакции и эмоции, что важно для успешного обучения и социальной адаптации. Проведение подвижных игр на уроках позволяет детям не только физически развиваться, но и улучшать свои навыки в области эмоционального интеллекта. В процессе игры дети учатся справляться с различными эмоциями, такими как радость, гнев, страх, и находить конструктивные способы их выражения. Это помогает им лучше понимать свои чувства и эмоции, а также эффективнее взаимодействовать с окружающими [2].

Таким образом, использование подвижных игр в школьном воспитании является важным компонентом развития их эмоционального интеллекта. Эти игры способствуют не только физиче-

скому здоровью, но и улучшению способностей детей управлять своими эмоциями, что в итоге может положительно сказаться на их успехах в учебе.

Развитие эмоционального интеллекта у детей 9–10 лет через подвижные игры является важным аспектом современной школьной педагогики. Использование игр для развития эмоционального интеллекта у детей позволяет им осознавать свои эмоции, управлять ими и лучше понимать эмоциональный мир окружающих людей. Игры, представленные в различных методиках, способствуют не только развитию физических навыков, но и улучшению эмоциональной сферы учащихся [3].

Например, одной из игр, которая помогает детям развивать эмоциональный интеллект, является игра "Эмоциональный переполох". В ходе этой игры дети учатся распознавать свои эмоции и эмоции других участников, что способствует развитию навыков эмпатии и социального взаимодействия.

Следующая игра "Островок безопасности". В рамках этой игры дети учатся выражать свои чувства и эмоции, обсуждать их с педагогом и сверстниками, что способствует формированию навыков самовыражения и конструктивного общения.

Также важным аспектом развития эмоционального интеллекта у младших школьников является игра "Эмоциональный карнавал". В процессе этой игры дети имеют возможность показать и интерпретировать различные эмоции через жесты, мимику и слова, что способствует развитию навыков самовыражения и эмоциональной открытости. Следовательно, использование подвижных игр в школе для развития эмоционального интеллекта является передовым и интересным подходом, который способствует не только улучшению физического здоровья, но и развитию эмоциональных навыков и умений у детей.

Интеллект представляет собой способность понимать, управлять и выражать свои эмоции, а также эффективно взаимодействовать с окружающими людьми. Дети в этом возрасте находятся на стадии активного формирования своей эмоциональной сферы, поэтому использование подвижных игр становится важным инструментом для развития их эмоциональных навыков и умений. Педагоги играют важную роль в развитии эмоционального интеллекта учащихся. Они могут создавать специальные ситуации во время игр, которые способствуют обсуждению эмоций, разрешению конфликтов и развитию эмпатии у детей [4]. Такой подход помогает формировать у детей навыки саморегуляции и эмоционального взаимодействия, что важно для успешной адаптации в обществе. Инновационные подходы к развитию эмоционального интеллекта в образовании включают в себя использование современных технологий, интерактивных тренингов, квестов и игровых методик [5]. Такие подходы делают процесс обучения более увлекательным и эффективным, помогая детям лучше понимать и управлять своими эмоциями. Таким образом, развитие эмоционального интеллекта у детей 9–10 лет с использованием подвижных игр является актуальной и эффективной практикой, способствующей не только их психологическому благополучию, но и успешной социальной адаптации и учебе.

1. Никитина Е.Л. Особенности развития эмоционального интеллекта у младших школьников. URL: <https://clck.ru/JrgXg> (дата обращения: 01.05.2024).

2. Юрьева О.В. Эмоциональный интеллект и особенности самоактуализации личности // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. 2019. №1. С. 55-65.

3. Шурикова Т.И., Теняева О.В. Подходы к пониманию феномена эмоционального интеллекта в зарубежной и отечественной психологии // Педагогика и психология как ресурс развития современного общества: сб. науч. тр. 2018. С. 311-314. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=37021422> (дата обращения: 30.04.2024).

4. Суровцева Н.Н. Изучение эмоционального интеллекта младших школьников // Актуальные вопросы педагогики: сб. науч. тр. Пенза, 2020. С. 138-144. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42455466> (дата обращения: 04.05.2024).

5. Корниенко П.А., Беленкова Л.Ю. Понятие и сущность эмоционального интеллекта в отечественной и зарубежной литературе // Наука в современном мире: вопросы теории и практики: материалы междунар. (заоч.) науч.-практ. гонф. / под общ. ред. А. И. Вострецова. – Нефтекамск: Мир науки, 2020. С. 283-289.

СПОСОБЫ СНИЖЕНИЯ ТРЕВОЖНОСТИ У ШКОЛЬНИКОВ 7-8 КЛАССОВ СРЕДСТВОМ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ

В.С. Свистун, бакалавр
Г.И. Высовень, канд. пед. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. Целью исследования являются способы снижения тревожности у школьников. Рассматривается тревожность и ее влияние на школьников, а также способы борьбы с ней. Таким образом, в статье дан обзор и анализ литературных источников, раскрывающих сущность тревожности у школьников и способы борьбы с ней.

Ключевые слова: тревожность, школьники 7–8 классов, способы снижения тревожности, физическая культура.

WAYS TO REDUCE ANXIETY IN SCHOOLCHILDREN OF GRADES 7-8 BY MEANS OF PHYSICAL EDUCATION

Abstract. The aim of the study is to find ways to reduce anxiety in schoolchildren. The article examines anxiety and its impact on schoolchildren, as well as ways to combat it. Thus, the article provides an overview and analysis of literary sources that reveal the essence of anxiety in schoolchildren and ways to combat it.

Keywords: anxiety, students in grades 7-8, ways to reduce anxiety, physical education.

В настоящее время стресс и тревожность среди школьников – это серьезная проблема, которая может оказывать негативное влияние на их физическое и психическое здоровье. Причины этой тревожности могут быть разнообразны, от учебной нагрузки до социальной напряженности. В свете этой проблемы физическая культура может стать мощным средством для снижения тревожности у школьников.

Психологическое здоровье позволяет обеспечить оптимальный выбор действий, поступков и поведения в ситуациях ее взаимодействия с окружающими как субъекта жизнедеятельности. И одним из важных показателей психического здоровья является личностная тревожность. Тревожность приводит к снижению работоспособности, обучаемости, трудностям в общении. Человек с повышенной тревожностью может столкнуться с целым спектром соматических заболеваний [4].

Понятие «тревоги» было введено в психологию З. Фрейдом в 19 веке. Ученый понимает тревогу как психическую функцию собственного Эго. С данной точки зрения беспокойство обретает адаптивную функцию, ее предназначение заключается в предупреждении индивида о надвигающейся опасности, с каковой следует как-то совладать [6].

В соответствии с отечественным психологом А.В. Петровским беспокойство обуславливается как эмоциональная ситуация, появляющаяся в ситуации неясной угрозы и проявляющееся в ожидании неблагоприятного становления происшествия [3].

По определению Р.С. Немова «тревожность – постоянно или ситуативно проявляемое свойство человека приходить в состояние повышенного беспокойства, испытывать страх и тревогу в специфических социальных ситуациях» [2].

Основным противоречием, которое мы стремились разрешить в своем исследовании, является противоречие между требованиями современного школьного образования к школьникам и недостаточного количества способов снижения уровня тревожности у школьников.

Объект нашего исследования – тревожность у школьников 7–8 классов.

Предмет исследования. Содержания способов снижения тревожности у школьников 7–8 классов средством физической культуры.

Целью исследования является выявление способов снижения тревожности у школьников 7–8 классов средством физической культуры.

Задачи исследования:

1. Выявить основные направления и содержание условий для снижения уровня тревожности у школьников на уроках по физической культуре (литература, анкетирование, интервью, беседа и т.п.).

2. Определить, систематизировать, и описать ключевые способы для снижения уровня тревожности у школьников.

3. Разработать и обосновать методические рекомендации способов снижения тревожности у школьников 7–8 классов средством физической культуры.

Методы исследования

– анализ литературных источников по психологии, педагогике, теории методики физического воспитания;

– анализ образовательных стандартов, программ и учебно-методической документации

Практическая значимость заключается в том, что в ходе исследования, будут выявлены способы снижения тревожности и ее влияние на школьников.

Физическая активность оказывает значительное влияние на психическое состояние человека. Во время занятий спортом организм выделяет эндорфины – гормонов счастья, что помогает справляться с стрессом и улучшает настроение. Кроме того, регулярные физические упражнения улучшают кровообращение и обеспечивают лучшее питание мозга кислородом, что способствует снятию стресса и тревожности.

Стрессовые гормоны, такие как кортизол, также снижаются при физической нагрузке, что способствует повышению настроения и уменьшению тревожности у школьников. Кроме того, физическая активность помогает регулировать нервную систему, что благоприятно сказывается на общем психическом состоянии.

Значительное значение имеет также редукция риска возникновения заболеваний, обусловленных хроническими стресс система, включая тревожные расстройства. Регулярные физические занятия способствуют повышению уровня защитных сил организма и укреплению его общего состояния, что влияет на снижение тревожности у школьников.

Регулярные тренировки способствуют развитию дисциплины, самодисциплины и упорства, что переносится на другие сферы жизни ребенка. Спортивная деятельность также помогает детям освоить навыки взаимодействия в коллективе, справляться с проигрышами и победами, что важно для развития психологической устойчивости.

Отмечается, что дети, занимающиеся спортом, имеют повышенную самооценку и самовосприятие, что положительно сказывается на их психологическом благополучии. В целом, регулярные занятия спортом не только укрепляют физическое здоровье школьников, но также оказывают заметное психологическое влияние, способствуя их гармоничному развитию.

Нами было проведено исследование среди школьников 7–8 классов. Для проведения исследования использована методика, предложенная Ч.Д. Спилбергером и адаптированная Ю.Л. Ханиным [1].

Анализ полученных данных позволил сделать следующие выводы:

1. В среднем во всех классах отмечается умеренный уровень тревожности, границы которого составляют от 31 до 45 баллов.

2. В процессе обучения в школе ситуативная тревожность школьников повышается и доходит до пограничного уровня. 44,8 баллов в 8 классе по сравнению с 38,5 баллами в 7 классе.

К 8 классу повышается и личностная тревожность. Так, если в 7 классе показатель личностной тревожности 42,1 балла, то в 8 классе – 45,6. Этот результат уже превышает умеренную зону.

Полученные данные указывают на то, что для школьников необходимы способы снижения тревожности в процессе обучения [5].

Для этого важно включать в учебный график школьников различные виды физической активности, такие как легкая атлетика, плавание, йога, танцы и даже единоборства. Разнообразие видов занятий спортом позволяет каждому ребенку найти подходящую для себя активность, что способствует более высокой мотивации и впоследствии снижению уровня тревожности.

Одна из успешных программ по снижению тревожности у школьников – интеграция занятий йогой в повседневную образовательную программу. Йога помогает ученикам научиться справляться с стрессом и тревожностью, развивает силу воли и способствует психоэмоциональному равновесию.

Также необходимо включать программы, ориентированные на командные виды спорта, такие как футбол, волейбол или баскетбол, демонстрируют эффективность в снижении тревожности у школьников. Участие в таких мероприятиях способствует формированию дружеских связей, снижает уровень стресса и улучшает общее психическое состояние учеников.

Физическая культура имеет огромный потенциал в снижении тревожности у школьников. По мере дальнейшего исследования этой области, с каждым днем становится все более очевидным, что физическая активность способствует не только укреплению здоровья организма, но и улучшению психического благополучия. Перспективы использования физической культуры для снижения тревожности у школьников включают в себя не только активную физическую нагрузку, но и образовательные программы, способствующие формированию здоровых привычек на всю жизнь.

Нередко физическая активность становится не только средством снижения уровня тревожности, но и путем самовыражения, налаживания социальных связей и развития лидерских качеств. При правильном формировании программ и внедрении соответствующих методик, физическая культура может стать основой для создания здорового и уверенного поколения.

1. Бескова Т.В., Усова Н.В. Общий психологический практикум: учебное пособие. – Саратов ООО «ИЦ Наука», 2009. 211 с.

2. Немов Р.С. Психология: учебник для вузов: в 2 ч. 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юрайт, 2020. Ч.1. 243 с.

3. Петровский А.В. Введение в общую психологию. – Москва: Академия, 1996. 496 с.

4. Физические упражнения как способ снижения тревожности у студентов высших учебных заведений/ Турбина Е.Г., Маркин А.В. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fizicheskie-uprazhneniya-kak-sposob-snizheniya-trevozhnosti-u-studentov-vysshih-uchebnyh-zavedeniya>

5. Смирнова Е.И. Физические упражнения как средство снижения уровня тревожности студентов. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fizicheskie-uprazhneniya-kak-sredstvo-snizheniya-urovnya-trevozhnosti-studentov>

6. Фрейд З. Психология бессознательного. – 2-е изд. Санкт-Петербург: Питер, 2019. 528 с.

УДК 796.012: 61

РАЗВИТИЕ НОВЫХ ВИДОВ СПОРТА ВО ВЛАДИВОСТОКЕ И ПРИМОРСКОМ КРАЕ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 5 ЛЕТ

К.П. Тимошенко, бакалавр
А.С. Варнина, старший преподаватель

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. В статье, в результате проведенного обзора литературы, выявлены тенденции и перспективы развития новых видов спорта во Владивостоке и Приморском крае, а также их влияние на общество.

Ключевые слова: развитие, тенденции, перспективы, спорт, культура, строительство, реконструкция.

THE DEVELOPMENT OF NEW SPORTS IN VLADIVOSTOK AND PRIMORSKY KRAI OVER THE PAST 5 YEARS

Abstract. The article, as a result of a review of literature, identifies trends and prospects for the development of new sports in Vladivostok and Primorsky Krai, as well as their impact on society.

Keywords: development, trends, prospects, sports, culture, construction, reconstruction.

Актуальность исследования обусловлена тем, что развитие новых видов спорта в регионе содействует здоровому образу жизни, привлекает больше людей к физической активности и способствует созданию новых рабочих мест и развитию спортивного туризма в Приморье.

Цель статьи: заключается в изучении и анализе развития новых видов спорта во Владивостоке и Приморском крае за последние 5 лет с последующим выявлением тенденций, перспектив и влияния на общество.

Задачи: 1. Анализировать развитие новых видов спорта за последние 5 лет и их влияние на общество. 2. Выявить значение новых видов спорта для социальных и культурных изменений. 3. Представить информацию об изменениях спортивной сферы во Владивостоке и в Приморском крае.

Сапсёрфинг.

10 марта во Владивостоке больше 200 SUP-сёрферов встретились на пляже «Татарка», чтобы, по ежегодной традиции, открыть сезон — угнать льдину при помощи SUP-досок

Сапсёрфинг, также известный как Паддлбординг (от англ. SUP – Stand Up Paddle, что означает "стоять на доске с веслом"). Этот вид спорта, не только отлично тренирует все группы мышц, но также способствует улучшению баланса, координации и выносливости. Благодаря своей легкости в обучении, сапсёрфинг задействует все возрастные группы, что делает его привлекательным как для детей, так и для взрослых.

Теоретически, на SUP-доске можно покорять не только моря и океаны, но также реки, озера и любые другие водоемы, благодаря этому он становится доступным для всех, кто живет недалеко от воды, и поэтому пользуется активной поддержкой жителей Приморского края.

Также рост количества увлекающихся этим видом спорта связан:

Доступность: Для занятий паддлбордингом не требуется особой подготовки или дорогостоящего оборудования, достаточно лишь иметь доску и весло.

Универсальность: SUP подходит для разных целей – от расслабляющих прогулок по спокойной воде до серфинга на волнах, обеспечивая разнообразие в занятиях.

Разнообразие: SUP можно практиковать в различных условиях – на озерах, реках, морях, каналах, даже в бассейнах, что позволяет разнообразить занятия.

Спокойствие и единение с природой: Паддлбординг позволяет насладиться пейзажами и побыть наедине с природой.

2. Скейтбординг.

Скейтбординг – это не только вид спорта, но и стиль жизни для многих людей. Скейтбординг объединяет людей всех возрастов по всему миру к общей страсти. На Дальнем Востоке данный вид спорта только начинает свой путь к популярности, и за последние 5 лет произошло заметное развитие скейтбординга в регионе.

Инициативы, направленные на развитие скейтбординга на Дальнем Востоке, сыграли значительную роль в его популяризации. Отсутствие необходимого количества мест для занятий скейтбордингом было большой проблемой для скейтбордистов и городская инфраструктура была использована для тренировок скейтбордистов. Проведение анализа властями, планирование реконструкций имеющихся скейт-парков и последующая реконструкция основных скейтпарков города и установка новых рампы во Владивостоке способствовали созданию удобных и безопасных условий для практики скейтбординга. Организация Чемпионата Приморского края во Владивостоке на самой большой Скейт-Плазе Дальнего Востока в 2022 году стала мощным импульсом для развития скейтбординга в регионе. На данный момент идет активная поддержка и спонсорство новых мероприятий, посвященных скейтбордингу.

Все эти меры помогли значительно увеличить количество проводимых мероприятий с 2 в 2018 году до 21 в 2023 году. Эти мероприятия включают в себя соревнования, мастер-классы, обучение и чемпионаты, что способствует не только привлечению новых участников к скейтбордингу, но и повышению уровня мастерства уже существующих скейтеров.

Рост количества увлекающихся скейтбордингом на Дальнем Востоке также связан с увеличением доступности скейтерской одежды, появлением специализированных магазинов по продаже экипировки и созданием отведенных мест для скейтеров властями. Все эти факторы способствуют высокому росту популярности и развитию скейтбординга на Дальнем Востоке за последние 5 лет.

3. Мотокросс.

Мотокросс – это захватывающее и одно из самых популярных в мире направлений мотоциклетного спорта, где мастерство участника определяется его способностью маневрировать по сложным трассам с различными препятствиями, как естественными, так и искусственными. Для участия в мотокроссе используются специальные легкие мотоциклы с мощными моторами и длинноходными.

На Дальнем Востоке мотокросс занимает особое место благодаря достижениям и усилиям местных спортсменов. Приморские участники регулярно демонстрируют высокий уровень подготовки и проходят успешно на соревнованиях различного уровня, привлекая внимание к региону как к центру развития мотокросса на Дальнем Востоке. Благодаря активной работе федерации и энтузиастов, а также поддержке со стороны правительства и спонсоров, мотокросс становится доступным для людей всех возрастов, что способствует его популяризации и развитию.

Перспективы развития мотокросса на Дальнем Востоке включают дальнейшее расширение инфраструктуры с постройкой новых трасс и реконструкцией существующих, повышение мастерства местных спортсменов, а также увеличение интереса к этому виду спорта среди населения. С учетом всех вышеперечисленных факторов, мотокросс во Владивостоке и Приморье находится

на подъеме и имеет все шансы стать одним из самых популярных и развитых видов спорта в регионе в будущем.

4. Кёрлинг.

Кёрлинг – это командный вид спорта, который стремительно набирает популярность и вызывает интерес у любителей спорта по всему миру. Этот вид спорта является олимпийским и требует от участников точности и стратегии.

Строительство кёрлинг-центра началось в сентябре 2021 года, и в настоящее время центр во Владивостоке готов на 90%. По планам, первые тестовые старты, включая первенство Дальнего Востока среди смешанных команд до 19 лет, на новом ледовом поле запланированы на май текущего года. Кроме того, в кёрлинг-центре будут возможны тренировки по фигурному катанию на коньках.

Кёрлинг-центр также будет использоваться в качестве места для проведения массовых мероприятий, концертов или шоу, что позволит расширить его функциональность. Спикеры отмечают, что центр имеет рыночную привлекательность благодаря удобному расположению и наличию близлежащего Нагорного парка, который интегрируется в комплекс соединенной общей инфраструктурой.

Горожане смогут пользоваться услугами кёрлинг-центра на коммерческой основе и играть здесь в кёрлинг. Также планируется сделать доступ для детей бесплатным, чтобы сделать этот спорт доступным и популяризировать его среди молодежи.

Выводы:

В заключение можно отметить, что Приморский край демонстрирует впечатляющий прогресс в укреплении спортивной культуры и инфраструктуры. Стремительное расширение доступности спортивных сооружений, достижение уровня их обеспеченности к 2024 году до 62,1%, а также амбициозные цели по увеличению доли населения края, регулярно занимающегося физической культурой и спортом до 56,2% к тому же сроку и до 70% к 2030 году, свидетельствуют о приоритетности данного направления как для граждан, так и для правительства.

Изучение развития новых видов спорта во Владивостоке и Приморском крае за последние годы позволило выявить ключевые тенденции, имеющие значительное влияние на социальную и культурную жизнь региона. Наблюдается не только рост интереса к разнообразным спортивным дисциплинам, но и значительное увеличение доступности спортивных объектов и мероприятий для жителей края.

Развернутая поддержка со стороны правительства края и инициативы по улучшению спортивной инфраструктуры, обеспечение свободного доступа к спортивным сооружениям создают благоприятные условия для продолжения роста и распространения новых видов спорта во Владивостоке и по всему Приморскому краю. Эти меры направлены на достижение целей повышения уровня физической активности населения и укрепления социального здоровья общества.

Социальная и экономическая выгода от развития новых видов спорта неоспорима: от повышения общего уровня здоровья жителей до стимуляции экономического роста через создание рабочих мест и привлечение туристов.

Итак, можно сделать вывод, что динамичное развитие новых видов спорта становится значимым фактором социокультурных перемен, способствующим не только личностному развитию и укреплению физического здоровья, но и сплочению сообщества, поднятию общественного духа и формированию новой волны спортивной жизни в Приморском крае. Учитывая выявленные в исследовании тенденции и перспективы, можно ожидать продолжения положительных изменений в спортивной сфере региона.

1. Новостной ресурс – Текст: электронный. – URL: <https://www.news1.ru/vlad/2024/03/10/222505/>.

2. Информационный ресурс – Текст: электронный. – URL: <https://sup-club.ru/baza-znaniy/sup-syerfing-vo-vladivostoke/4>.

3. Сайт для записи на мероприятия – Текст: электронный. – URL: https://www.tripadvisor.com/Attractions-g298496-Activities-c61-t270-Vladivostok_Primorsky_Krai_Far_Eastern_District.html.

4. Новостной ресурс – Текст: электронный. – URL: <https://www.dv.kp.ru/online/news/4330902/>.

5. Новостной ресурс – Текст: электронный. – URL: <https://www.news1.ru/sport/2022/09/09/212024/>.

6. Видеохостинг – Текст: электронный. – URL: <https://rutube.ru/video/-c73e5f35ef2f38f7a074f1887e8b8867/>.

7. Новостной ресурс – Текст: электронный. – URL: <https://primamedia.ru/news/744987/?from=10>.

8. Новостной ресурс – Текст: электронный. – URL: <https://www.news1.ru/sport/2024/02/04/221906/>.

9. Информационный ресурс – Текст: электронный. – URL: <https://rsport.ria.ru/20230403/kerling-1862715449.html>.

10. Сайт “Федерация кёрлинга Приморского края” – Текст: электронный. – URL: <https://curling25.ru/>.

11. Новостной ресурс – Текст: электронный. – URL: https://primorsky.ru/news/278021/?sphrase_id=6280190.

Секция. СОВРЕМЕННЫЙ СПОРТ КОНЦЕПЦИИ, ТЕХНОЛОГИИ, ПЕРСПЕКТИВЫ

УДК 796.093

ФИДЖИТАЛ-СКЕЙТБОРДИНГ КАК СРЕДА ДЛЯ МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА И ОБМЕНА КУЛЬТУРНЫМИ ЦЕННОСТЯМИ СРЕДИ МОЛОДЕЖИ НА ПРИМЕРЕ ТУРНИРА «ИГРЫ БУДУЩЕГО»

С.Р. Быкова, К.А. Ковпак, бакалавры

Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия

***Аннотация.** В данной статье рассматриваются международные соревнования как среда для международного сотрудничества и межкультурного обмена среди молодежи на примере международного мультиспортивного турнира «Игры будущего». Авторы подчеркивают важность проведения фиджитал-соревнований для создания международного контакта среди молодежи. Особое внимание уделяется фиджитал-скейтбордингу, как новому виду спорта, активно привлекающего современную молодежь.*

***Ключевые слова:** фиджитал, скейтбординг, молодежь, киберспорт, культурные ценности, международное сотрудничество.*

FIJITAL-SKATEBOARDING AS A MEDIUM FOR INTERNATIONAL COOPERATION AND EXCHANGE OF CULTURAL VALUES AMONG YOUNG PEOPLE ON THE EXAMPLE OF THE "GAMES OF THE FUTURE" TOURNAMENT

***Abstract.** This article examines international competitions as a medium for international cooperation and intercultural exchange among young people on the example of the international multisport tournament "Games of the Future". The authors emphasize the importance of fijital competitions for creating international contact among young people. Special attention is paid to fijital skate-boarding as a new sport that actively attracts modern youth.*

***Keywords:** fijital, skateboarding, youth, cybersport, cultural values, international cooperation.*

Первый международный мультиспортивный турнир «Игры Будущего» прошел в Казани в феврале 2024 года. Программа соревнований объединила 21 инновационную дисциплину в концепции фиджитал [1]. Формат соревнований по фиджитал-дисциплинам подразумевает использование разработок в области геймдев, киберспорта, робототехники, дополненной и виртуальной реальности, информационных технологий и искусственного интеллекта. Каждая из дисциплин представляет комбинацию динамичных видов спорта с наиболее популярными видеоиграми и технологиями.

Международные соревнования являются подходящей средой для различного рода сотрудничества и межкультурного обмена между представителями различных стран, участвующих в соревновании. Именно в данной среде молодежь из разных стран может поделиться информацией о ценностях, принятых в их национальной культуре.

По мнению такого автора, как С.А. Цемкало, культурные ценности – материальные и нематериальные объекты, движимые и недвижимые предметы, вне зависимости от формы собственности, созданные человеком и наполненные им определенным смыслом, имеющие особое значение для общества и последующих поколений, т. е. имеющие культурную значимость [2, с. 3].

Как показал опыт, киберспорт является не только увлечением, но и возможностью общаться с представителями других стран, обладающими разнообразными этническими ценностями. Согласно изученной литературе киберспорт представляет собой спортивные соревнования по видеоиграм. В компьютерных играх есть все, чтобы их можно было считать современным профессио-

нальным спортом: соревновательный аспект, профессиональные игроки, правила соревнований, система чемпионатов, призовые фонды, спонсоры [3, с. 3].

Говоря о фиджитал-спорте, можно сказать, что данный вид спорта представляет собой совокупность физических тренировок и виртуальных тренажеров, использующих следующие передовые технологии: виртуальная и дополненная реальность, а также трекеры движения. В 2023 году фиджитал-спорт был официально включен во Всероссийский реестр видов спорта. Рассматривая вопрос о пользе фиджитал-спорта, В.А. Остапенко и Е.В. Иванова приводят следующие аспекты: популяризация физической культуры и спорта, а также способ привлечь людей, которые увлекаются компьютерными играми, для поднятия физической активности. Помимо этого, авторы учитывают, что данный вид спорта развивает человека как когнитивно, так и физически, поскольку он способствует развитию реакции и улучшению координации движений [4, с. 2].

Согласно статье Р.А. Гильманшина, А.В. Еремина, фиджитал-спорт делится на пять видов, среди них: sport challenge, tactical challenge, battle challenge, speedrun challenge и technical challenge [5, с. 2]. Изучая информацию на официальном сайте международного мультиспортивного турнира «Игры Будущего», можно заметить, что на соревнованиях были задействованы все вышеперечисленные виды:

- в программе категории «Sport challenge» сочетались классические виды спорта и их цифровые аналоги: фиджитал-футбол, фиджитал-баскетбол, фиджитал-хоккей, фиджитал-единоборства, фиджитал-гонки и фиджитал-скейтбординг;

- категория «Tactical challenge» сочетает компьютерные шутеры и соревнования на арене лазертаг, и включает в себя 3 дисциплины: Counter-Strike 2 + лазертаг, Warface + лазертаг и Standoff 2 + лазертаг.;

- категория «Battle challenge» включает популярные боевые арены и специально разработанную арену с испытаниями на выносливость и смекалку по двум играм: Mobile Legends: Bang Bang и Dota 2;

- в категории «Speedrun challenge» требуется максимально быстрое прохождение ретро-игр Retro PC, Modern PC и Retro Console;

- категория «Technical challenge» представляет собой соревнования дронов и роботов (в партнерстве с чемпионатом Битва Роботов), которыми будут управлять участники [1].

В данной статье преимущественно рассматривается скейтбординг по причине активного привлечения молодежи в данную субкультуру. Данный вид спорта является относительно новой дисциплиной, поскольку Международный олимпийский комитет признал данный вид спорта олимпийским только в 2016 году [6]. На «Играх будущего» в Казани соревнования проходили следующим образом: сначала спортсмены показывают трюки в скейт-парке, а следом – выполняют их в компьютерной игре [5].

На сегодняшний день фиджитал-скейтбординг является не только спортивной практикой, но и местом, где можно познакомиться с представителями различных стран. Международный мультиспортивный турнир «Игры Будущего» представляет собой масштабное мероприятие, объединяющее молодежь различных стран. Исследование данной темы актуально в контексте развития международного сотрудничества, культурного взаимодействия и межнациональных связей среди молодежи.

Для анализа международных соревнований по фиджитал-скейтбордингу как среды для партнерства и изучения различных особенностей субкультур в разных странах, было проведено социологическое структурированное асинхронное онлайн-интервью, целью которого выступает изучение среды для проведения фиджитал-скейтбординга как спортивной и культурной практики для формирования партнерских связей и межкультурного обмена профессиональным опытом среди молодежи из разных стран на примере участия в турнире «Игры Будущего», а также определить особенности социокультурной адаптации молодых участников и их взаимодействия в международной среде.

Структурированное асинхронное онлайн-интервью – это качественный метод исследования, который проводится через сеть Интернет, при котором участники общаются в разных временных рамках. Интервью ограничивается определенным списком вопросов.

В качестве респондентов были выбраны скейтбордисты, участвующие в турнире «Игры будущего» в Казани в феврале 2024 года. Выбор обусловлен тем, что данные спортсмены имеют богатый опыт участия в мероприятиях как международного, так и киберспортивного характера.

Участникам интервью были заданы вопросы, связанные с межкультурной коммуникацией: как фиджитал-скейтбординг способствует развитию международного сотрудничества среди

молодежи и каковы перспективы развития данного вида спорта в качестве отдельной среды для международного сотрудничества и обмена культурными ценностями. Отдельное место заняли вопросы о сходствах и различиях, которые райдеры заметили у соперников из других стран, а также воспринимаются ими как культурные различия.

Эмпирическая база исследования включает в себя 3 интервью с представителями команд дисциплины «фиджитал-скейтбординг» на первом международном мультиспортивном турнире в концепции фиджитал-спорта «Игры будущего». Респондентами стали:

1. Егор Глухов – участник команды «Troie iz Lartsa», занявшей 10 место на «Играх будущего»; Егор также занял 3 место на чемпионате России по скейтбордингу;

2. Томас Картье – участник французской команды «Red Solution», занявшей 6-е место на «Играх будущего»;

3. Ариан Эстехмами – представитель команды «Lunar Invaders», участниками которой стали райдеры из Ирана, Омана, Бахрейна и Египта, вошел в топ-8 скейтбордистов чемпионата «Grand Skate Tour».

Рассматривая вопрос о развитии международного сотрудничества среди молодежи при помощи фиджитал-скейтбординга, респонденты говорят о том, что все скейтбордисты вне зависимости от страны рождения, национальности, имеют не только схожие ценности, но и образ жизни – именно это и сближает райдеров разных стран. Спортсмен из Франции, Томас, поделился своей мыслью: «Скейтборд – это универсальная культура, вы можете поехать один в страну, которую вы не знаете, но, если вы катаетесь на скейте, вы найдете хороших друзей для своего путешествия, они помогут вам открыть для себя все, что вы хотите – это и есть скейтбординг. Скейтбординг и видеоигры интернациональны!»

Отвечая на вопрос о примере трансграничного взаимодействия в данном виде спорта, Ариан рассказал о богатом опыте межличностного взаимодействия в своей команде, поскольку каждый участник «Lunar Invaders» был представителем разных стран. Представитель российской команды, Егор Глухов, указал: «Есть определенное количество сильных ребят из России, которые могут конкурировать со скейтбордистами из зарубежных стран, но им просто нужно чаще кататься с иностранцами, чтобы не отставать от их уровня катания». Также, он заметил, что все больше иностранных райдеров начинают изучать русский язык, так что понимание и обучение у скейтеров из других стран становится для наших спортсменов проще. Французский скейтер поделился следующим мнением: «Турниры по скейтбордингу – это всегда хороший опыт, потому что мы все скейтбордисты и понимаем друг друга. Скейтборд – это прочная связь между людьми, которые его любят!» Также Томасом было подмечено: «Фиджитал-скейтбординг – это командная работа, поэтому вам придется обмениваться информацией с товарищами по команде. Если вы объедините представителей разных национальностей в одну команду, они будут учиться друг у друга благодаря физическому скейтбордингу». Стоит уточнить, что в день отдыха между соревнованиями скейтбордисты из Турции, Аргентины, Перу, Уганды, Мадагаскара, Ирана и Омана, Австралии и Новой Зеландии поехали вместе в лес прыгать в прорубь.

Помимо этого, спортсменам был задан вопрос о различиях и сходствах, которые они заметили у райдеров из других стран. Конечно, респонденты указывали на то, что всех скейтбордистов объединяет любовь к скейтбордингу и видеоиграм. Томас отметил, что у всех райдеров есть желание развивать фиджитал-скейтбординг, открывать для себя другие страны и других скейтбордистов, и, конечно, как и многие представители уличной культуры, скейтбордисты любят вечеринки. Из различий он отметил видение жизни, то, как иностранцы заботятся о семье, как относятся к скейтбордингу в других странах, и то, как иностранцы тратят деньги. Ариан поделился следующей позицией: «У каждого райдера свой стиль и свой набор трюков, и это чудесно!» Егор, фиджитал-скейтбордист из города Сочи, отметил, что райдеры из других стран уделяют внимание тренировкам в спортивном зале, не только тренировкам на скейте, поэтому они все «очень крепкие».

На вопрос о том, как взаимодействие на турнирах такого плана способствует лучшему пониманию чужих культур, все респонденты ответили, что такие чемпионаты стирают предубеждения, которые можно иметь по отношению к людям из другой страны, потому что именно на них можно понять, что они такие же люди, как и вы, они хотят той же жизни, что и вы. Томас сказал: «Везде есть позитив, вам просто нужно его найти. Если вы слышите негатив о ком-то или где-то, проверьте это сами, прежде чем думать негативно об этом человеке или стране, потому что все думают и видят вещи по-своему».

Были также отмечены и перспективы развития фиджитал-скейтбординга как площадки международного сотрудничества и обмена культурными ценностями. Скейтбордисты отметили, что

соревнования по фиджитал-скейтбордингу такого плана – прекрасная возможность собрать все страны мира, и узнать, какая разная у всех культура. «Это так здорово, что мы можем учиться друг у друга, и это может помочь людям во всем мире лучше узнать и понять друг друга», – поделился Ариан Эстехмами, представитель иранского скейтбординга. Французский райдер также предложил проводить такие соревнования каждый год в разных странах мира, а еще, смешивать национальности в каждой команде.

Результаты проведенного исследования отражают факт того, что международные чемпионаты по типу «Игры Будущего» – отличная среда для межкультурной коммуникации и обмена профессиональным опытом по всему миру. Несмотря на разные национальности, райдеров со всего мира соединяет любовь к скейтбордингу и видеоиграм. Во время соревнований скейтбордисты многому учатся друг у друга, но самое главное – развеивают стереотипы о других странах.

В заключение стоит уточнить, что фиджитал-скейтбординг, как среда для международного сотрудничества и обмена культурными ценностями среди молодежи, имеет огромный потенциал. Проведение турнира «Игры будущего» стало ярким примером того, как подобные мероприятия могут объединять людей разных стран и возрастов, создавать возможности для общения, обмена опытом и знаниями, а также способствовать развитию межкультурного диалога.

1. Игры будущего в концепции фиджитал – Текст: электронный. – URL: <https://gofuture.games/> (дата обращения: 18.03.2024)

2. Цемкало С.А. К проблеме соотношения понятий "ценности" и "культурные ценности" в научной литературе // Вестник Луганского государственного педагогического университета. Серия 1. Педагогические науки. Образование. – 2022. – Т. 84, № 2. – С. 22–27.

3. Дедловская М.В. Файзрахманов И.И., Матусевич С.С. Современное понятие киберспорта как социальнокультурного явления и возможности привлечения к физической культуре // Интеграция наук. – 2016. – № 2(2). – С. 39–41.

4. Остапенко В.А., Иванова Е.В. Инновационные технологии в физической культуре и спорте: фиджитал-спорт // Стратегии развития и совершенствования науки и образования в новой реальности: Материалы XXVI Всероссийской научно-практической конференции, Краснодар, 06 ноября 2023 года. – Краснодар: ООО "Параграф", 2023. – С. 89–91.

5. Гильманшин Р.А., Еремин А.В. Фиджитал спорт как новая ступень развития спорта в России // Актуальные вопросы современного образования: Сборник статей IV Международной научно-практической конференции, Петрозаводск, 29 июня 2023 года. – Петрозаводск: Международный центр научного партнерства «Новая Наука» (ИП Ивановская И.И.), 2023. – С. 25–29.

6. Чемпионат. – Текст: электронный. – URL: <https://www.championat.com> (дата обращения: 18.03.2024).

Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ АДАПТИВНОЙ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И РЕАБИЛИТАЦИИ

УДК 615.84

ГАЛОТЕРАПИЯ КАК СРЕДСТВО РЕАБИЛИТАЦИИ ПРИ ПНЕВМОНИИ У ДЕТЕЙ МЛАДШЕГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

Д.Ю. Баркина, бакалавр
Н.С. Журавская, преподаватель

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Аннотация. Данное исследование направлено на изучение влияния галотерапии на эффективность комплексной реабилитации после перенесенной внебольничной пневмонии детей младшего школьного возраста. Применение немедикаментозных методов в комплексном лечении данного вида нозологий направлено на повышение эффективности медикаментозной терапии, сокращение сроков лечения и снижение возможных осложнений в процессе реконвалесценции.

Ключевые слова: галотерапия, внебольничная пневмония, дети, реабилитация, немедикаментозная терапия, соляная пещера.

HALOTHERAPY AS A MEANS OF REHABILITATION FOR PNEUMONIA IN CHILDREN OF PRIMARY SCHOOL AGE

Abstract. This study is aimed at studying the effect of halotherapy on the effectiveness of complex rehabilitation after community-acquired pneumonia in children of primary school age. The use of non-drug methods in the complex treatment of this type of nosology is aimed at increasing the effectiveness of drug therapy, reducing treatment time and reducing possible complications during the convalescence process.

Keywords: halotherapy, community-acquired pneumonia, children, rehabilitation, non-drug therapy, salt cave.

Актуальность. В настоящее время пневмония у детей является одним из наиболее широко распространенных инфекционных заболеваний с серьезным прогнозом [1, с. 12]. Пневмония – острое инфекционное заболевание, различное по этиологии (преимущественно бактериальное), характеризующееся очаговыми поражениями легких с внутриальвеолярной экссудацией, что проявляется выраженными в различной степени интоксикацией, респираторными нарушениями, локальными физикальными изменениями со стороны легких и наличием инфильтративной тени на рентгенограмме грудной клетки [2, с. 26]. Иммунологическая, функциональная и анатомическая незрелость организма ребенка и широкий диапазон возможных возбудителей способствуют сохранению довольно высокой частоты пневмонии среди инфекционных заболеваний респираторного тракта у детей. Пневмония диагностируется приблизительно в 10 случаях на 1000 детей младшего школьного возраста [3, с. 57]. Заболеваемость пневмонии среди детей ежегодно повышается в период сезонной эпидемии гриппа. Несмотря на достижения диагностики и фармакотерапии, показатели заболеваемости, осложнений и смертности от пневмонии среди детей остаются стабильно высокими. Все это делает изучение проблем пневмонии у детей актуальным вопросом педиатрии и детской пульмонологии [4, с. 10].

Для повышения эффективности рациональной медикаментозной терапии представляется необходимым применение немедикаментозных методов в комплексном лечении данного вида нозологий, с целью сокращения сроков лечения и с учётом возможности возникновения побочных реакций на медикаментозные лекарственные средства. Медицинская реабилитация уверенно входит в практику лечения лёгочных заболеваний, в том числе и пневмоний, в частности ингаляционная терапия. Безопасность метода, отсутствие побочных эффектов, хорошая переносимость детьми открывают дополнительные возможности для применения метода галотерапии в педиатрической практике [7, с. 62].

Проблема исследования заключается в том, что с одной стороны галотерапия является эффективным немедикаментозным методом для реабилитации пневмонии, а с другой стороны несмотря

на значительное количество исследований по влиянию галотерапии на организм человека, остается недостаточно изученной патогенетическая обоснованность применения метода галотерапии для реабилитации детей младшего школьного возраста, что определяет необходимость более углубленного изучения механизма лечебного действия, разработки оптимальных параметров воздействия, позволяющих уменьшить сроки лечения пневмонии у детей.

Научная новизна исследования заключается в разработке методики процедур галотерапии в комплексной реабилитации пневмоний у детей младшего школьного возраста.

Цель исследования – разработка методики процедур галотерапии и изучение влияния галотерапии на эффективность комплексной реабилитации после перенесенной внебольничной пневмонии детей младшего школьного возраста.

Задачи исследования:

1. Провести анализ научно-методической и учебной литературы по проблеме использования галотерапии в комплексной реабилитации детей младшего школьного возраста после пневмонии;
2. Оценить исходное состояние кардиореспираторной системы и физическое развитие детей младшего школьного возраста после перенесенной внебольничной пневмонии, а также подобрать комплекс реабилитационных процедур, с использованием галотерапии;
3. Проанализировать эффективность галотерапии в комплексной реабилитации детей младшего школьного возраста в процессе реконвалесценции после пневмонии.

Объект исследования – процесс комплексной реабилитации детей младшего школьного возраста после перенесенной внебольничной пневмонии

Предмет исследования – влияние галотерапии на эффективность процесса реконвалесценции детей младшего школьного возраста после перенесенной внебольничной пневмонии.

Методы исследования:

1. Анализ и обобщение научно-методической литературы;
2. Тестирование (анкетирование);
3. Эксперимент (сравнительный);
4. Врачебно-педагогический эксперимент;
5. Методы математической статистики.

Полученные результаты. Результаты аналитической обработки данных официальной статистической отчетности о заболеваемости пневмонией в Приморском крае по обращаемости детей младшего школьного возраста показали сохранение устойчивых негативных тенденций роста общей заболеваемости [9, с. 407].

На первом этапе проводится анализ литературы по исследованию метода галотерапии при пневмониях у детей младшего школьного возраста.

Галотерапия (от греч. *hals* – соль) – это немедикаментозный метод лечения в условиях искусственного микроклимата соляных спелеолечебниц. Технология галотерапии впервые была разработана в СССР создателем первой в мире галокамеры, доктором медицинских наук П.П. Горбенко [3, с. 60]. Лечебный эффект пребывания в галокамере достигается за счет создания управляемого лечебного микроклимата, сходного с микроклиматом подземных лечебниц в соляных коях, который характеризуется наличием высокодисперсного аэрозоля хлорида натрия, гипоаллергенной, гипобактериальной, воздушной средой, комфортными климатическими условиями. Галоаэрозольная терапия проводится в условиях галокомплекса, позволяющего контролировать и управлять характеристиками аэродисперсной среды [8, с. 54]. Управляемая галотерапия предусматривает дифференцированное дозирование и контроль уровня солевого аэрозоля в течение всей процедуры. В условиях помещения для галотерапии установлено специальное оборудование – генераторы солевого аэрозоля (галогенераторы), для поддержания заданных режимов устанавливается датчик непрерывного контроля массовой концентрации аэрозоля. Преимуществом современных галокомплексов является также возможность поддержания определенных параметров микроклимата: относительной влажности (40–60%), постоянной температуры (18–24 °С) и аэроионизации [5, с. 268].

Галотерапия (галоаэрозольная терапия) является одним из эффективных и наиболее физиологичных методов профилактики, лечения и медицинской реабилитации детей с различными заболеваниями. Изучение влияния сухого высокодисперсного аэрозоля природной каменной соли на различные механизмы пато- и саногенеза респираторного тракта показало, что галоаэрозоль стимулирует защитные механизмы дыхательных путей и обладает саногенным, бронходренирующим, противовоспалительным, иммунокорректирующим действием. Сухой аэрозоль каменной соли оказывает ингибирующий эффект на рост и жизнедеятельность микроорганизмов, сопровождающийся процессом потери ими патогенных свойств. Свойственное хлориду натрия естествен-

ное противомикробное действие не оказывает отрицательного эффекта на местную защиту и способствует улучшению биоценоза дыхательного тракта [7, с. 65]. Основным лечебным фактором микроклимата является аэрозоль хлорида натрия, который благодаря малому размеру проникает до уровня мелких бронхов и оказывает секретолитическое, противовоспалительное, бронхолитическое действие, активизирует мукоцилиарный транспорт, нормализует осмолярность бронхиального секрета и функциональное состояние клеток слизистой оболочки дыхательных путей [6, с. 16].

Второй этап (февраль 2024 – февраль 2025) – будет посвящен оценке исходного состояния кардиореспираторной системы и физического развития детей младшего школьного возраста после перенесенной внебольничной пневмонии. Клинический контроль подразумевает регулярное врачебное наблюдение за состоянием больного и фиксацию изменений, происходящих в клинической картине заболевания. Особое внимание будет обращать на количество, консистенцию, характеристику мокроты, количество и степень выраженности приступов экспираторного диспноэ, аускультативную картину легких, рентгенография грудной клетки, состояние носоглотки, температуру тела, общее самочувствие, сон, настроение.

Для оценки состояния кардиореспираторной системы будем использовать:

а) Пробу Штанге, которая проводится в виде измерения продолжительности задержки дыхания после максимального вдоха, в секундах.

б) Пробу Генчи – измеряется продолжительность задержки дыхания после максимального выдоха, в секундах.

в) Измерять частоту дыхательных движений и сердечных сокращений.

г) Спирометрию. Это неинвазивный метод измерения воздушных потоков и объемов при выполнении спокойных и форсированных дыхательных маневров.

д) Пикфлоуметрию. Это метод функциональной диагностики для определения пиковой объемной скорости форсированного выдоха.

ж) Пульсоксиметрию – метод мониторинга процентного содержания гемоглобина, насыщенного кислородом (O_2), с оценкой перфузии тканей (по амплитуде пульса) и частоты сердечных сокращений.

На следующем этапе исследования нам предстоит разработать методики процедур галотерапии и изучить влияние галотерапии на эффективность комплексной реабилитации после перенесенной внебольничной пневмонии детей младшего школьного возраста. Для того, чтобы подобрать комплекс реабилитационных процедур, с использованием галотерапии будут сформированы контрольная и экспериментальная группы, включающие по 10 человек. Контрольная группа будет использовать ингаляционную терапию амбраксомом. Экспериментальная группа – проходить галотерапию.

Третий этап (март 2025 – май 2025) – будет посвящен анализу эффективности галотерапии в комплексной реабилитации детей младшего школьного возраста в процессе реконвалесценции после пневмонии.

Мы предполагаем, что применение разработанного нами комплекса реабилитационных процедур, с использованием галотерапии, в котором, воздух соляных пещер, насыщенный микрочастицами хлорида натрия, окажет противомикробное оздоравливающее действие на покровные слизистые ткани дыхательных органов, будет способствовать более быстрому восстановлению организма ребёнка после перенесённой внебольничной пневмонии. В дальнейшем, разработанный комплекс реабилитации после перенесенной пневмонии на основе галотерапии будет широко применяться при наличии соответствующего оборудования в медицинских учреждениях города Владивостока.

Выводы.

Внебольничная пневмония относится к числу наиболее распространенных болезней детского возраста.

В ходе анализа литературных источников выявлено недостаточное количество учебных и методических работ, посвященных проблеме галотерапии при внебольничной пневмонии. До настоящего времени недостаточно разработаны методики процедур галотерапии при пневмонии.

Метод галотерапии, обладая высоким терапевтическим эффектом, имеет ряд преимуществ перед другими, в том числе и немедикаментозными методиками: дешевизна, техническая безопасность, комфортность процедур, минимальность побочных явлений, возможность проведения многократных повторных курсов лечения и широкого применения с целью профилактики заболеваний.

1. Физиотерапия и ЛФК при пневмонии: учеб. пособие для вузов / Г.Е. Багель, Л.А. Малькевич, Е.В. Рысеев, Т.И. Каленциц. – Москва: ГЭОТАР-Медиа, Москва, 2021. – 23 с.

2. Запруднов А.М., Григорьев К.И. Педиатрия с детскими инфекциями: учеб. пособие для вузов. – Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2022. – 571 с.

3. Корчажкина Н.Б., Хан М.А., Червинская А.В., Микитченко Н.А., Лян Н.А. Сочетанные методы галотерапии в медицинской реабилитации детей с заболеваниями органов дыхания // Вестник восстановительной медицины. – Москва, 2023. – С. 58–62.

4. Кучма В.Р., Звезда И.В., Жигарева Н.С. Медико-социальные аспекты формирования здоровья младших школьников // Вопросы современной педиатрии. – Москва, 2020. – С. 9-12.

5. Разумов А.Н., Корчажкина Н.Б., Погонченкова И.В. Физическая и реабилитационная медицина в педиатрии. – Москва, 2023. – 401 с.

6. Теплов М.С. Реабилитация школьников средствами лечебной физкультуры при заболеваниях органов дыхания: учеб. пособие для вузов. – Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2021. – 43 с.

7. Перспективные направления развития галотерапии в педиатрии / Хан М.А., Котенко К.В., Корчажкина Н.Б. [и др.] // Вопросы курортологии, физиотерапии и лечебной физической культуры. – Москва: МЕДИА-СФЕРА, 2021.

8. Хан М.А., Мизерницкий Ю.Л., Лян Н.А. Принципы и современные технологии медицинской реабилитации в детской пульмонологии // Детская и подростковая реабилитация. – Москва, 2021. – 53–62 с.

9. Червинская А.В., Конова О.М., Хан М.А. Галотерапия для профилактики и медицинской реабилитации в детском здравоохранении // Вопросы современной педиатрии. – Москва, 2022. – С. 406-410.

УДК 372.879.6

ОПТИМИЗАЦИЯ ФИЗИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ ДЕВОЧЕК 8–10 ЛЕТ СРЕДСТВАМИ АДАПТИРОВАННЫХ ГИМНАСТИК НА ВНЕУРОЧНЫХ ЗАНЯТИЯХ В СПЕЦИАЛЬНОЙ МЕДИЦИНСКОЙ ГРУППЕ

И.И. Васянина, канд. пед. наук, доцент

*Дальневосточный федеральный университет
Владивосток, Россия*

Г.И. Высовень, канд. пед. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Аннотация. В статье рассматривается состояние здоровья учащихся в одной конкретной школе города Владивостока, изучаются заболевания, состояние физической подготовленности, разрабатывается метод преодоления низкого физического состояния при наличии соматической патологии средствами адаптированных оздоровительных гимнастик. Предлагаются средства и этапы для внедрения в учебный процесс по физической культуре.

Ключевые слова: здоровье, адаптированные оздоровительные гимнастики, физическое состояние, функциональное состояние, двигательная подготовленность.

OPTIMIZATION OF THE PHYSICAL CONDITION OF GIRLS AGED 8–10 YEARS BY MEANS OF ADAPTED GYMNASTICS IN EXTRACURRICULAR ACTIVITIES IN A SPECIAL MEDICAL GROUP

Abstract. The article examines the state of health of students in one particular school in the city of Vladivostok, studies diseases, the state of physical fitness, develops a method to overcome a low physical condition in the presence of somatic pathology by means of adapted recreational gymnastics. The means and stages for implementation in the educational process of physical culture are proposed.

Keywords: health, adapted wellness gymnastics, physical condition, functional state, motor fitness.

Актуальность. В настоящее время сохраняется тенденция ухудшения состояния здоровья детей школьного возраста, что подтверждается ростом хронической патологии, инвалидности, увеличением количества врожденных заболеваний по Российской Федерации. Так, в г. Владивостоке, с 2000-х годов доля здоровых детей неуклонно уменьшается. [1, с. 23].

В последнее десятилетие мы наблюдаем снижение показателей здоровья, физического развития и двигательной подготовленности детей уже в младших классах. По мнению различных специалистов, это связано с социально-экономическими и экологическими условиями жизни.

Сегодня, в ситуации модернизации образования, введения регионального компонента, создании дополнительных уроков для языковых классов, увеличение нагрузки произошло на 4–6 часов, что приводит к увеличению умственной нагрузки, увеличению нервно-психического напряжения в учебной и повседневной жизни младшего школьника, которое неблагоприятно сказывается на состоянии его здоровья. Обучающиеся, имеющие удовлетворительное состояние здоровья, относятся к основной медицинской группе [2, с 63]. Учащиеся с недостаточным физическим развитием и низкой физической подготовленностью, или имеющие незначительные отклонения состояния здоровья, относятся к подготовительной группе. Этой категории обучающихся разрешается заниматься физической культурой по программе для основной группы с учетом некоторых ограничений в объеме интенсивности физических нагрузок (в том числе, временных). Обучающиеся, которые на основании медицинского заключения о состоянии их здоровья не могут заниматься физической культурой по программе для основной группы, относятся к специальной медицинской группе (СМГ). Специальную медицинскую группу условно разделяют на две подгруппы: подгруппа “А” (обучающиеся с обратимыми заболеваниями, которые после лечебно-оздоровительных мероприятий могут быть переведены в подготовительную группу) и подгруппу “Б” (обучающиеся с патологическими отклонениями (необратимыми заболеваниями).

Наличие низкого адаптивно-приспособительного характера функционирования организма младших школьников, отнесенных по состоянию здоровья к СМГ, требует обеспечения наиболее полной коррекции состояния их здоровья при существующем низком уровне функциональных возможностей и двигательной подготовленности (Г.П. Болонов, 2005) [3, с. 13].

Средства и методы обучения физическим упражнениям, используемые для учащихся основной и подготовительной группы, не могут быть в полной мере перенесены в систему обучения школьников специальной медицинской группы, имеющие противопоказания к двигательной активности и ограничения к определенным упражнениям. Этим детям нужна качественно иная двигательная активность. Для ее обеспечения необходимы новые эффективные пути и методы повышения уровня физического состояния, оказывающего непосредственное влияние на здоровье учащихся (Э.Г. Булич, 1986) [4].

Научная новизна:

- в определении частоты и количества соматических заболеваний у младших школьников в г. Владивостоке;
- использование адаптированных оздоровительных гимнастических систем для младших школьников;
- в оценке эффективности комплексного применения адаптированных гимнастических систем для младших школьников, имеющих низкий уровень функционального состояния и двигательной подготовленности.

Цель исследования – экспериментальное обоснование применения оздоровительных гимнастик для оптимизации физического состояния младших школьников, отнесенных по состоянию здоровья к специальной медицинской группе.

Задачи исследования:

1. Изучить научно-методическую литературу по работе с учащимися начальных классов, отнесенными по состоянию здоровья к специальной медицинской группе.
2. Оценить уровень физического состояния и двигательной подготовленности девочек младших классов средней общеобразовательной школы № 55 г. Владивостока, отнесенных по состоянию здоровья к специальной медицинской группе.
3. Отобрать упражнения из оздоровительных гимнастик и оценить их эффективность.

Методы исследования:

1. Теоретический анализ и обобщение материалов научно-методической литературы.
2. Анамнез.
3. Методы исследования функциональных систем организма.
4. Педагогические контрольные испытания.
5. Педагогический эксперимент.
6. Методы математической статистики.

Практическая значимость работы выражается в использовании адаптированных гимнастических систем на внеурочных занятиях по физическому воспитанию. Практические рекомендации исследования могут использоваться учителями физического воспитания в школах для улучшения состояния здоровья и повышения физического состояния младших школьников.

Для педагогического эксперимента нами было выбрано учреждение, где педагоги и директор были заинтересованы во внеурочных оздоровительных занятиях. Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение «СОШ № 55» г. Владивостока находится по адресу ул. Снеговая, 35, школа построена в 1955 году по типовому проекту, в школе имеется один спортивный зал, и один не стандартный зал, оборудованный из классной комнаты для занятий физкультурой в младших классах.

В школе обучается 258 учеников, педагогический процесс осуществляет 21 педагог, из них 8 являются специалистами высшей категории. Учащиеся школы каждый год проходят медицинский осмотр узкими специалистами, за здоровьем детей наблюдает проходящий врач и медицинская сестра, она осуществляет вакцинации, доводит сведения специалистов до родителей и педагогов, осуществляет рекомендации по ограничению физической нагрузки на уроках физкультуры, следит за выполнением предписаний врача.

На первом этапе исследования нами были просмотрены выписки из 258 медицинских карт учащихся. Из них 147 – выписки карт учащихся средней и старшей школы:

– 76 (52%) учащихся имеют хорошее физическое развитие и двигательную подготовку, редко болеют, могут участвовать в соревнованиях;

– 15 (10%) учеников зачислены в подготовительную группу, эти учащиеся имеют низкий уровень физического развития, отставание в росте или весе, не справляются с двигательными требованиями, им рекомендованы дополнительные занятия физической культурой;

– 56 (38%) учащихся отнесены к специальной медицинской группе. Эти дети имеют хронические заболевания и нуждаются в специально организованных занятиях по физической культуре с учетом ограничений к физической нагрузке согласно их заболеванию. К сожалению, школа не может предоставить такие услуги по ряду причин.

В начальной школе обучается 111 учащихся, выписки из медицинских карт нами были просмотрены с особой тщательностью. Это позволяет нам утверждать, что из общего количества учащихся:

– 45 (41%) учащихся имеют 1 группу здоровья и относятся к основной медицинской группе;

– 30 (27%) имеют 2 группу здоровья и относятся к подготовительной группе;

– 36 (32,5%) учащихся имеют 3 группу здоровья и должны заниматься в специальной медицинской группе по специальной программе.

Соматические заболевания в начальной школе ранжируются следующим образом по нозологическим формам: первое место по распространенности занимают заболевания опорно-двигательного аппарата (нарушение осанки и сколиотическая болезнь) – 31,5% школьников, второе место – заболевания органов дыхания (ринит, синусит, вирусные инфекции) – у 30,1%, третье место – заболевания желудочно-кишечного тракта (гастриты и дискинезии кишечника), – 16,4%, четвертое место – нарушения зрения (в основном это миопия, реже гиперметропия) – 10,5%, пятое – 9,3% (инфекционные заболевания), шестое место – заболевания мочевыделительной системы (пиелонефрит) 3%, седьмое место – 1% занимают прочие заболевания.

Анализ данной структуры заболеваний указывает на основные направления оздоровительной работы, которые связаны с подбором индивидуальных лечебных и корригирующих упражнений для конкретных заболеваний с учетом противопоказаний к двигательной нагрузке.

Нами были отобраны оздоровительные гимнастические системы (корригирующая, стретчинг, хат-ха йога, дыхательная и глагодвигательная гимнастики), которые в дальнейшем были введены в программу внеурочных оздоровительных занятий. Оздоровительные гимнастические системы применялись нами в течение всего учебного года, который условно был нами разделен на два периода:

Первый период (первое полугодие) включал в себя 3 этапа.

На первом этапе (втягивающий) преимущественное внимание уделялось выявлению функциональных возможностей учащихся с целью определения допустимых физических нагрузок; постепенной адаптации сердечно-сосудистой и дыхательной систем и укреплению мышечной системы.

Основными средствами данного этапа явились оздоровительный бег, скандинавская ходьба, подвижные игры и дыхательная гимнастика.

На втором этапе (1-й базовый) осуществлялось постепенное повышение тренированности организма учащихся, развитие физических качеств; освоение двигательных умений и навыков.

На данном этапе применялись упражнения по системе корригирующих упражнений (для укрепления опорно-двигательного аппарата) и развитие силовых возможностей.

Третий этап (развивающий) использовался для улучшения деятельности сердечно-сосудистой и дыхательной систем; развитие физических качеств (выносливости, гибкости, силы, ко-

ординации); а также для повышения общего уровня работоспособности и создание благоприятного психоэмоционального состояния учащихся. Основными средствами, применяемые на данном этапе были корригирующие упражнения с гимнастикой стретчинг проводимые под музыкальное сопровождение.

Второй период (второе полугодие) также включал в себя три этапа.

На четвертом этапе (2-й базовый) осуществлялась адаптация организма учащихся к предстоящей работе после проведенных каникул.

Основным средством данного этапа были упражнения из знакомых упражнений корригирующей гимнастики и гимнастики стретчинг с музыкальным сопровождением.

Пятый этап (2-й) развивающий включал в себя упражнения из гимнастик хат-ха йога, для развития физических качеств (гибкость, сила, координации и выносливость), а также повышение общего уровня работоспособности.

Шестой этап (результатирующий) предусматривал определение итогового уровня физического развития; дальнейшего совершенствования функциональных возможностей и развития физических качеств.

На данном этапе вновь использовались элементы оздоровительного бега, скандинавской ходьбы, подвижные игры, глазоувелительная и пальчиковая гимнастика.

Соотношение используемых оздоровительных средств было следующим: упражнения адаптированный бег и ходьба – 13 %, дыхательная гимнастика – 10%; глазоувелительная гимнастика и стретчинг– 17 %, корригирующая гимнастика – 30 %, гимнастика хатха-йога – 30 %.

Оценка физического состояния учащихся девочек 8–10 лет. Физическое состояние – это комплексная характеристика человека, отражающая уровень готовности к выполнению активной мышечной деятельности, которое оценивается по трем показателям: функциональному состоянию организма, физическому развитию и двигательной подготовленности учащегося. Хорошее физическое состояние – залог хорошего здоровья.

Болезнь, как правило, вносит изменения в физическое развитие, функциональные показатели организма и двигательную подготовленность. У детей, имеющих соматические заболевания, не встречается высокий уровень физического развития, функционального состояния организма и двигательной подготовленности, их результаты соответствуют «среднему», «ниже среднего» и «низкому» значению физического развития. Что и было подтверждено нашим исследованием. Мы сравнивали девочек соматически здоровых и имеющих соматические заболевания. Почему мы сравнивали только девочек? Надо отметить, что среди мальчиков, имеющих соматические заболевания их даже больше чем девочек, но само отношение у мальчиков к здоровью совсем иное.

Мальчики, имеющие соматические заболевания предпочитают занятия футболом или боксом, но не гимнастику даже лечебную или вообще считают себя очень больными для любых занятий двигательной активностью. Это очевидно будет темой следующего исследования.

До эксперимента мы сравнили результаты девочек по физическому развитию, функциональному состоянию и двигательной подготовленности, имеющих соматические заболевания – экспериментальная группа (ЭГ) с девочками без таковых – контрольная группа (КГ).

Группы достоверно отличались по всем показателям, кроме роста и веса. За время эксперимента произошли следующие изменения.

Таблица 1

Изменение показателей физического развития девочек 8-10 лет экспериментальной группы за время эксперимента

Тестовые показатели	Экспериментальная группа (n=12)				Итоговые различия	
	До эксп.		После эксп.		%	P
	M	± m	M	± m		
Длина тела (см)	140,3	0,56	144,6	0,42	2,9	>0,05
Масса тела (кг)	32,9	0,42	34,6	0,23	4,9	> 0,05
Окружность грудной клетки (см)	66,8	0,25	68,9	0,19	3,0	< 0,05
Сила правой кисти (кг)	12,4	4,90	15,1	1,17	17,8	< 0,05
Сила левой кисти (кг)	10,7	2,2	13,1	1,08	18,3	< 0,05

Длина и масса тела, хоть и не имеет достоверных изменений прироста, но по оценке «центильных» шкал, что используют медики, оценивается как «норма». Окружность грудной клетки увеличилась на 0,3%, что также является нормой. Увеличение силы правой на 17,8% и левой на 18,3% является хорошим показателем для здоровых девочек.

Таблица 2

Изменения функциональных показателей девочек 8–10 лет экспериментальной группы за время эксперимента

Тестовые показатели	Экспериментальная группа (n=12)				Итоговые различия	
	До эксп.		После эксп.		%	P
	M	± m	M	± m		
ЧСС в покое (уд/мин)	88,6	2,46	78,0	2,6	11,9	< 0,05
Время восстановления после приседаний	148,0	5,13	120,5	4,64	18,5	< 0,05

Число сердечных сокращений в минуту (ЧСС) является важнейшим показателем уровня функционирования целостного организма. По данным С.Н. Попова, среднее значение ЧСС здоровой сердечно – сосудистой системы в возрасте 10–11 лет считается 80–88 уд. /мин. При показателях ниже 60 уд/мин говорят о «брадикардии», увеличение более 100 уд. / мин. Свидетельствует о «тахикардии». Оценочное значение сердечно-сосудистой системы до эксперимента находилось на нижней границе нормы. К концу исследования в экспериментальной группе отмечалась экономизация деятельности сердечно – сосудистой системы: (сократилась на 11,9%; P < 0,05) частота сердечных сокращений (ЧСС) в покое на 18,6% (P < 0,05) время восстановления после стандартной нагрузки, что позволяет утверждать об оздоровлении сердечно-сосудистой системы.

За время эксперимента, который продолжался учебный год, произошли также улучшения и двигательной подготовленности

Таблица 3

Изменение показателей физической подготовленности обучающихся экспериментальной группы

Тестовые показатели	Экспериментальная группа (n=12)				Итоговые различия	
	До эксп.		После эксп.		%	P
	M	± m	M	± m		
Челночный бег 3 x 10 м (с)	12,4	0,14	11,5	0,18	7,2	<0,05
Прыжок в длину с места (см)	126,5	2,22	131,2	2,42	3,5	< 0,05
Наклон в перед из положения сидя (см)	5,8	1,58	11,2	0,98	48,2	< 0,05
Поднимание и опускание туловища (кол-во раз)	18,5	0,15	23,4	1,92	26,4	< 0,05

Результаты педагогического эксперимента показали, что за учебный год в целом отмечалась достоверная тенденция к улучшению результатов показателей физической подготовленности в ЭГ. По показателям физической подготовленности у них произошли улучшения в координации, челночный бег 3 x 10 – на 7,2%, скоростно-силовые способности, прыжок в длину с места на 3,5%, в проявлении гибкости на 48,2% и выносливость мышц брюшного пресса увеличилась на 26,4%.

Об эффективности выбранных средств и методов позволяет судить тот факт, что по окончании эксперимента показатели физического развития и двигательных показателей в ЭГ достоверно уже не отличалась от КГ по большинству тестов, исключение составили скоростно-силовые способности.

Важным показателем эффективности применения адаптированных оздоровительных гимнастик, является значительное снижение количества пропущенных дней по причине общих и простудных заболеваний по сравнению с предыдущем годом.

Приведенные результаты исследования, позволяет нам утверждать, что подобранные средства и разработанные методы нуждаются во внедрении в учебный процесс младших школьников.

Выводы

1. Анализ выписок из медицинских карт учащихся в «СОШ № 55» г. Владивостока позволяет утверждать, что только 40,5% учащихся имеют 1 группу здоровья и относятся к основной медицинской группе, 27% имеют 2 группу здоровья и относятся к подготовительной группе и 32,5% учащихся имеют 3 группу здоровья и должны заниматься отдельно, по специально программе для специальных медицинских групп.

2. Изучение физического развития, функционального состояния и двигательной подготовленности позволяет утверждать, что уровень здоровья учащихся с 3 группой, оценивается как «неудовлетворительный». При правильном выборе средств и методов позволяет достичь «хороших» и «удовлетворительных» показателей уровня здоровья, а также снизить количество пропущенных дней по болезни.

3. Наличие низкого адаптивно-приспособительного характера функционирования организма младших школьников, имеющих 3 группу здоровья, требует обеспечения наиболее полной коррекции двигательной активности и физического состояния их здоровья при существующем низком уровне функциональных возможностей и двигательной подготовленности.

4. Средства и методы обучения физическим упражнениям, используемые для учащихся основной и подготовительной группы, не могут быть в полной мере перенесены в систему обучения школьников специальной медицинской группы. Этим детям нужна качественно иная двигательная активность.

5. Наиболее эффективными средствами оздоровления являются оздоровительные гимнастики: дыхательная, корригирующая, хат-ха йога и глагодвигательная гимнастики.

1. Крукович Е.В., Транковская Л.В. Состояние здоровья детей и определяющие его факторы: монография.– Владивосток: Медицина ДВ., 2018. 216 с.

2. Региональные факторы и здоровье детей и подростков Приморского края / Лучанинова В.Н. [и др.]; под ред. проф. В.Н. Лучаниновой. – Владивосток: МедицинаДВ, 2012-300с.

3. Болоннов Г.П. Физкультура в начальной школе: методическое пособие. – Москва, 2015. – 128 с.

4. Булич Э.Г. Физическое воспитание в специальных медицинских группах: учеб. пособие. – Москва: Высшая школа, 1986. – 255 с.

УДК 372

ФИЗИЧЕСКАЯ РЕАБИЛИТАЦИЯ ПАЦИЕНТОВ С ХРОНИЧЕСКОЙ ОБСТРУКТИВНОЙ БОЛЕЗНЬЮ ЛЁГКИХ

А.С. Ватолина, бакалавр
Н.С. Журавская, преподаватель

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

***Аннотация.** Данное исследование направлено на совершенствование комплексной физической реабилитации при хронической обструктивной болезни легких на основе тренировки дыхательной мускулатуры. Для снижения смертности от ХОБЛ, стабилизации состояния этих пациентов, снижения выраженности симптомов заболевания эксперты ВОЗ рекомендуют программу лечения, в которой важным компонентом является физическая реабилитация. Применение немедикаментозных методов в комплексном лечении данного вида нозологий направлено на повышение эффективности медикаментозной терапии, сокращение сроков лечения и снижение возможных осложнений в процессе реконвалесценции.*

***Ключевые слова:** хроническая обструктивная болезнь лёгких, физическая реабилитация, физическая реабилитация, тренировки дыхательной мускулатуры.*

PHYSICAL REHABILITATION OF PATIENTS WITH CHRONIC OBSTRUCTIVE PULMONARY DISEASE

Abstract. *This study is aimed at improving complex physical rehabilitation for chronic obstructive pulmonary disease based on respiratory muscle training. To reduce mortality from COPD, stabilize the condition of these patients, and reduce the severity of symptoms of the disease, WHO experts recommend a treatment program in which physical rehabilitation is an important component. The use of non-drug methods in the complex treatment of this type of nosology is aimed at increasing the effectiveness of drug therapy, reducing treatment time and reducing possible complications during the convalescence process.*

Keywords: *chronic obstructive pulmonary disease, physical rehabilitation, physical rehabilitation, respiratory muscle training.*

Актуальность. Хроническая обструктивная болезнь лёгких (ХОБЛ) – одно из наиболее распространённых заболеваний органов дыхания [1, с. 160]. На современном этапе ХОБЛ является важной проблемой здравоохранения, так как ассоциируется с неуклонным ростом трудопотерь, заболеваемости, распространенности, и смертности [2, с. 14]. Предполагается, что в 2025 г. ХОБЛ переместится как причина смерти на третье место (после ишемической болезни сердца и цереброваскулярных заболеваний) и станет пятой причиной инвалидности. Для стабилизации состояния этих пациентов с ХОБЛ, снижения выраженности симптомов заболевания специалисты рекомендуют в программу лечения включать физическую реабилитацию [2, с. 142], в которой важным компонентом физические нагрузки мускулатуры, в том числе и дыхательной, что и обусловило актуальность данного исследования.

Цель исследования: изучить современное состояние проблемы и разработать комплексы физической реабилитации при хронической обструктивной болезни легких на основе тренировки дыхательной мускулатуры.

Задачи исследования:

1. Провести анализ научно-методической и изучить современное состояние проблемы комплексной физической реабилитации при хронической обструктивной болезни легких.
2. Разработать комплексы физической реабилитации при хронической обструктивной болезни легких на основе тренировок дыхательной мускулатуры.
3. Оценить эффективность разработанных комплексов физической реабилитации при хронической обструктивной болезни легких на основе тренировки дыхательной мускулатуры.

Научная новизна исследования заключается в доказательстве гипотезы о том, что физическая реабилитация на основе тренировок дыхательной мускулатуры, приведет к улучшению переносимости физической нагрузки, уменьшению выраженности одышки и уменьшению количества тяжелых обострений, требующих госпитализации, и даже в случае их возникновения, количество дней госпитализации будет меньше по сравнению с пациентами, получающими только традиционную лечебную физическую культуру (ЛФК) и фармакотерапию.

Методы исследования:

1. Анализ и обобщение научно-методической литературы;
2. Тестирование (анкетирование);
3. Эксперимент (сравнительный);
4. Методы математической статистики.

Мы полагаем, что тренировка дыхательной мускулатуры и применение дыхательного тренажера для откашливания мокроты приведет к улучшению переносимости физической нагрузки, уменьшению выраженности одышки и уменьшению количества тяжелых обострений, требующих госпитализации, и даже в случае их возникновения, количество дней госпитализации будет меньше по сравнению с пациентами, получающими только традиционную лечебную физическую культуру (ЛФК).

Полученные результаты. На первом этапе проводится анализ литературы по исследованию проблем физической реабилитации при хронической обструктивной болезни легких, в том числе на основе тренировок дыхательной мускулатуры. Установлено, что ХОБЛ – это хроническое прогрессирующее заболевание, характеризующееся ограничением скорости воздушного потока, которое обратимо не полностью, и возникает в результате поражения бронхиального дерева, легких и сосудов. Развивается заболевание вследствие специфического воспаления, которое вызвано воздействием в первую очередь табачного дыма [1, с. 161]. Однако ХОБЛ характеризуется не только процессами, происходящими в легких, но и системной патологией сосудов, потерей мышечной массы и силы скелетной мускулатуры. Со стороны скелетной мускулатуры это приводит к низкому

анаэробному порогу и быстрому накоплению молочной кислоты в мышцах при физической нагрузке. Эти же изменения касаются и дыхательной мускулатуры. Кроме перечисленного, к дисфункции дыхательных мышц приводит динамическая гиперинфляция во время физической нагрузке, а также изменение скелетного каркаса грудной клетки из-за нерациональной работы мышц и нередко патологии позвоночника [4, с. 724]. Таким образом, сложные механизмы системного влияния болезни приводят, в том числе, к нарушению функции и слабости дыхательной мускулатуры, что усугубляет функциональные изменения в легких и усиливает одышку, приводя к снижению толерантности к физической нагрузке.

Важнейшим фактором восстановления нарушенного паттерна дыхания является тренировка дыхательной мускулатуры. На следующем этапе исследования нам предстоит разработать комплексы физической реабилитации при хронической обструктивной болезни легких на основе тренировки дыхательной мускулатуры и изучить их влияние на эффективность комплексной реабилитации. В нашем исследовании будут использоваться современные специальные дыхательные тренажеры Threshold IMT (тренировка инспираторных мышц) и Threshold PEP (тренировка экспираторных мышц). Тренажер Philips Respironics Threshold IMT имеет пружинный клапан, который открывается, когда инспираторное давление, создаваемое пациентом, превышает напряжение пружины. Выдох происходит беспрепятственно через экспираторный подвижный клапан, обеспечивает последовательную подачу заданного давления на вдохе для повышения силы дыхательных мышц и тренировки их выносливости вне зависимости от того, насколько быстро или медленно дышит пациент. Устройство тренирует дыхательные мышцы и улучшает процесс дыхания. Напряжение диафрагмальных мышц при этом является тренирующим упражнением, повышающим силу сокращения мышечных волокон. Тренировка инспираторных и диафрагмальных мышц позволяет менять привычный для больного ХОБЛ паттерн дыхания, при котором активно используется сила сокращения диафрагмы и мышц брюшной стенки, что приводит к улучшению вентиляционно-перфузионных отношений, повышению оксигенации крови, уменьшению одышки. Тренажер Philips Respironics Threshold PEP имеет пружинный клапан, который создает положительное давление при выдохе. Сопrotивление пружины преодолевается путем напряжения экспираторных мышц. Напряжение экспираторных мышц при этом имеет тренировочный эффект, в результате чего увеличивается скорость потока выдыхаемого воздуха скорость потока выдыхаемого воздуха и тем самым снижается гиперинфляция при физической нагрузке. Кроме этого, сопротивление создаваемое на выдохе снижает экспираторный коллапс бронхиол, что также улучшает функциональное состояние респираторной системы. Одновременно улучшается дренажная функция бронхиального дерева.

Необходимо соблюдать методику применения дыхательных тренажеров: для эффективности дыхания через Threshold необходимо перед тренировкой провести дренаж дыхательных путей. Если у пациента наблюдаются проблемы носового дыхания, то обязательно нужно провести промывание носовых ходов при помощи назального душа с слабым раствором морской соли. Нужно обязательно провести дренаж дыхательных путей при помощи отхаркивающих средств и β_2 -агонистов короткого действия, желательна поступление лекарств в дыхательные пути через небулайзер. Относиться к дыханию через дыхательные тренажеры необходимо так же, как и к любой физической нагрузке, поэтому в основе тренировки дыхательных мышц лежат такие же принципы как и при тренировке других скелетных мышц; а именно «перегрузка», «специфичность» и «обратимость». Согласно рекомендациям по применению инспираторная нагрузка у тренажера Threshold IMT должна составлять 30% от измеренной силы инспираторных мышц (PI max), аналогично экспираторная нагрузка у тренажера Threshold PEP должна составлять 30% от измеренной силы экспираторных мышц (Pe max).

Первый раз тренировку при помощи дыхательных тренажеров проводят под руководством медицинского персонала. Врач или инструктор ЛФК объясняет работу с тренажером и совместно с пациентом выставляет сопротивление на тренажере. Сопротивление в дыхательных тренажерах измеряется в см. водн. столба (cmH₂O), у Thresholda IMT оно составляет от 7 до 41cm H₂O, у Thresholda PEP составляет от 4 до 20 cm H₂O. Далее каждые 2 недели тренировки пациент повышает сопротивление на одну градацию. Рекомендуемое время проведения тренировки по 15 минут 2 раза в день, однако для многих пациентов заниматься в течение 15 минут достаточно трудно, тем более необходимо использовать оба тренажера и пациенту придется дышать, преодолевая сопротивление практически в течение 30 минут, что для больных ХОБЛ сложно. Поэтому мы будем рекомендовать дышать каждым тренажером от 5–10 минут 3 раза в сутки, причем очередность тренажера не имеет значение. Для улучшения отхождения мокроты используется так же

«Методика откашливания» с использованием тренажера Threshold PEP, после проведения отхаркивающей терапии. Техника проведения откашливания следующая:

1. Пациент выставляет сопротивление на дыхательном тренажере.
2. Насаживает зажим на нос и дышит ртом через тренажер, при этом пациент должен выдыхать в 2–3 раза дольше, чем вдыхать. Продолжает дышать, таким образом, 5–10 раз.
3. Затем вынимает загубник из ротовой полости
4. Медленно делает глубокий вдох и задерживает дыхание
5. Берет загубник тренажера в рот и выдыхает быстро и энергично (откашливается). Шаги 3,4,5 повторяются от 4 до 6 раз, пока не прекратится выделение секрета.

Согласно рекомендациям по литературным данным до трех месяцев пациенты систематически должны увеличивать нагрузку. Наибольшее улучшение у пациентов наблюдается к 3-м месяцам, а затем может наступить эффект «плато». Развитие «плато» отражает основное свойство адаптации мышц к силе стимула при тренировки, при этом пациент не должен отменять тренировки с тренажерами. Постепенно эффект «плато» пройдет и пациент почувствует, что может дальше увеличивать нагрузку. В связи с вышеизложенным эксперимент предполагается проводить в течение 6 месяцев. Будет проведено 6-ти месячное исследование по тренировке дыхательной мускулатуры и методики откашливания с применением дыхательных тренажеров на фоне фармакотерапии – 10 человек экспериментальная группа. Контрольная группа пациентов (10 человек) будет получать только традиционную лечебную физическую культуру (ЛФК) и фармакотерапию. Третий этап настоящего исследования будет посвящен анализу эффективности разработанных комплексов физической реабилитации при ХОБЛ на основе тренировки дыхательной мускулатуры.

Выводы

1. В результате проведенного литературного поиска установлено, что основным принципом легочной реабилитации при ХОБЛ является выработка правильного паттерна дыхания, для чего используют дыхательные упражнения, тренировку дыхательных мышц при помощи тренажеров.

2. По данным литературы применение современных специальных дыхательных тренажеров Threshold IMT (тренировка инспираторных мышц) и Threshold PEP (тренировка экспираторных мышц) для тренировки дыхательной мускулатуры и откашливания мокроты уменьшает одышку и улучшает мукоцилиарный клиренс.

3. Применение тренировок дыхательной мускулатуры и дыхательного тренажера для откашливания мокроты приведет к улучшению переносимости физической нагрузки, уменьшению выраженности одышки и уменьшению количества тяжелых обострений, требующих госпитализации, и даже в случае их возникновения, количество дней госпитализации будет меньше по сравнению с пациентами, получающими только традиционную ЛФК и фармакотерапию.

1. Абдуллаев Ш.А., Шукурова С.М., Почоджанова Ш.Ш. Хроническая обструктивная болезнь лёгких: факторы риска и лёгочная реабилитация // Вестник Авиценны. – 2013. – № 2(55). – С.160-166.

2. Белевский А.С. Реабилитация // «ХОБЛ: Клинические рекомендации», ред. А.Г. Чучалин. – Москва: Атмосфера. – 2021. – 87 с.

3. Белевский А.С. Реабилитация больных с патологией легких // Атмосфера. Пульмонология и аллергология. – 2007. – №4. – С.14-17.

4. Белевский А.С. Семенов С.А. Реабилитация в пульмонологии // Респираторная медицина. Руководство в 2-т. / под ред. А.Г. Чучалина. – Москва: ГЭОТАР-Медиа. – 2007. – Т.2. – С. 720-732.

УДК 796.012: 61

ПРИНЦИПЫ СОХРАНЕНИЯ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ В СТАРОСТИ

А.С. Комаров, бакалавр
О.О. Шумская, канд. пед. наук, доцент

*Морской государственный университет имени адмирала Г.И. Невельского
Владивосток. Россия*

Аннотация. В статье, в результате проведенного обзора научной литературы, выявлены причины и принципы замедления процессов старения для сохранения активного долголетия и увеличения качества жизни в пожилом возрасте.

Ключевые слова: старение, физическая нагрузка, управляемый стресс, гликирование, медицина долголетия, аутофагия.

PRINCIPLES OF MAINTAINING THE QUALITY OF LIFE IN OLD AGE

Abstract. The article, as a result of a review of scientific literature, identifies the causes and principles of slowing down the aging process to maintain active longevity and increase the quality of life in old age.

Keywords: aging, physical activity, controlled stress, glycation, longevity medicine, autophagy.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью поиска способов повышения качества жизни пожилых людей и стимулирования их к активной и полноценной жизни в пожилом возрасте.

Цель статьи: выявление принципов замедления процессов старения и увеличения качества жизни в старости, с помощью обзора научной литературы в области исследований процессов старения.

Задачи: 1 Обзор научно-исследовательской литературы. 2. Анализ причин старения, программ продолжительности жизни и методов измерения скорости старения, перспективы медицины долголетия. 3. Выявить принципы увеличения качества жизни в старости и составляющие для продления активного долголетия. 4. Установить влияние здорового образа жизни на качество старости.

Причины старения. Старение связано [3]:

1. С экспоненциальным накоплением ошибок в метаболизме и регуляции физиологических процессов из-за повреждения систем устранения этих ошибок. Развиваются заболевания из-за снижения адаптационных возможностей систем поддержания гомеостаза.

2. С фундаментальными изменениями, такими как, гликирование белков (взаимодействие восстановленных сахаров с белками вызывают накопление с возрастом межбелковых сшивок). Это приводит к жесткости соединительной ткани, создает риски повышенного давления и приводят к воспалительным процессам в стенке артерий и возникает базис для формирования атеросклеротических изменений, повышается риск образования тромбов. Самым распространенным белком нашего тела является коллаген. Но так как гликирование ведет к появлению морщинистость кожи, снижение эластичности альвеол в легких. Соединительная ткань пронизывает все органы, поэтому процессы влияют на функционирование всего организма.

С накоплением висцерального жира, окружающего внутренние органы, выделяет цитокины воспаления, что вызывает системное воспаление и способствует развитию онкологических заболеваний, сердечно-сосудистых и метаболических осложнений.

Программа продолжительности жизни.

В организме есть программа продолжительности жизни, которая активируется в благоприятных условиях среды (в условиях нахождения в умеренных стрессах), таких как комфортная температура, достаточное питание и отсутствие перенаселения, нахождение в спокойной обстановке. Эта программа замедляет процессы старения и роста, но только до определенного момента. Также, для увеличения функциональных возможностей и укрепления клеточных структур, от которых напрямую зависит уровень здоровья организма, производится создание «управляемых стрессов» (эустрессов) [4, с. 233].

Перспективы медицины долголетия.

Говоря о способах достижения активного долголетия, следует упоминать не только о естественных методах, но и достижениях в области медицины долголетия. Перспективные медицинские методы, которые приближают медицину долголетия к массовому внедрению в практику связаны с использованием:

1. Сенолитиков – веществ, отвечающих за удаление сенесцентных клеток, которые лежат в основе всех хронических заболеваний и являются источниками воспаления, они же замедляют процессы старения, улучшают работу сердца, продлевают период здоровой жизни.

2. Индуцированных плюрипотентных стволовых клеток (ИПСК) для лечения хронических заболеваний, связанных со старением.

3. Эпигенетических часов старения (часы старения артерий Arterial Indices, Elastic Net, глубокие нейронные часы, ipAGE иммуновоспалительные часы для измерения скорости старения, глубокие часы старения), основанных на работе с большими медицинскими данными с помощью искусственного интеллекта: создаются модели соответствия здоровья конкретного человека здоровью какой-то возрастной группе.

Появляются результаты клинических исследований потенциальных геропротекторов – препаратов, которые замедляют или обращают вспять процессы старения и при этом воздействуют на основные факторы риска возрастных заболеваний.

Иммунотерапия сенесцентных клеток – новый метод лечения, который может улучшить качество жизни при некоторых заболеваниях. Проводятся клинические исследования сенолитиков в отношении идиопатического легочного фиброза, хронической болезни почек, болезни Альцгеймера и остеоартрита. Однако есть и негативные моменты: удаляя сенесцентные клетки, препараты могут побочно наносить вред и здоровым клеткам.

Поддержание здорового состояния митохондрий, сбои в митохондриях приводят к нарушению ментального здоровья, так как они являются маленькими аккумуляторами, которые занимаются энергообеспечением всех процессов метаболизма в наших клетках. Кроме того, митохондрии активно участвуют в регулировании иммунитета.

Одним из важных процессов, влияющих на активное долголетие, является процесс аутофагии. Аутофагия – процесс устранения поврежденных структур, включая поврежденные митохондрии, который может способствовать долголетию.

Активаторами аутофагии являются процессы ЗОЖ, такие, как голодание, периодическое голодание, интервальное голодание; вегетарианские посты; витамин D, витамин B3, куркумин и другие вещества растительного происхождения.

4. Влияние здорового образа жизни.

Здоровая и активная старость характеризуется правильным функционированием организма. Для поддержания его в здоровом и стабильном состоянии, ученые скорректировали определенные диеты и стереотипы поведения, характерные для существующих групп долгожителей (как, например, жителей Окинавы и т.д.). Употребление большого количества сахара может привести к ускоренному старению из-за образования конечных продуктов гликирования, снижает работоспособность мозга на 30% через 10 минут после его употребления. Недостаточное потребление продуктов, содержащих белки соединительной ткани, может привести к проблемам с эластином и коллагеном в организме. Традиционное питание, включающее субпродукты, может способствовать формированию запасов белков соединительной ткани, что снижает риск развития хронических заболеваний в будущем. Изменение образа жизни и снижение потребления сахара могут замедлить процесс старения.

Традиционные стили питания долгожителей, такие как окинавская диета и средиземноморская диета, содержат больше полезных продуктов и меньше вредных, что способствует долголетию. *Окинавская диета*: рыба, цельнозерновые, пшеница, ячмень, просо. *Средиземноморская диета*: овощи, фрукты, цельнозерновые продукты, орехи, рыба, оливковое масло, низкое потребление мяса. Приверженность средиземноморской диете ассоциировалась с 30% снижением риска развития депрессии и кардиометаболических рисков. На основе уже существующих традиционных стилей питания, эксперты создали несколько особых диет для людей с различными заболеваниями и симптомами:

Dietary Approaches to Stop Hypertension (DASH – диета против гипертонии) состоит из набора рекомендаций, включающих повышенное потребление цельнозерновых, фруктов и овощей, нежирных молочных продуктов и орехов, а также снижение потребления сладостей, натрия, красного и переработанного мяса.

MIND (Mediterranean-DASH Intervention for Neurodegenerative Delay) – гибрид средиземноморской диеты и диеты DASH (Dietary Approaches to Stop Hypertension). Предусматривает деление продуктов питания на 15 групп.

Зеленые листовые овощи, другие овощи, орехи, ягоды, бобовые, цельнозерновые, рыба, курица, оливковое масло – считаются полезными для мозга.

Потребление красного мяса, сливочного масла и маргарина, жирного сыра, выпечки и сладостей, а также жареной пищи и фастфуда – следует ограничить.

Люди, придерживающиеся диеты MIND, имеют на 50% меньше рисков развития болезни Альцгеймера в позднем возрасте.

Социальные факторы, такие как тесные социальные связи, взаимопомощь и дружелюбие, Мощное социальное взаимодействие и трепетное отношение к пожилым. Труд на свежем воздухе; занятия циклическими, силовыми видами физической культуры в сочетании со стретчингом; соблюдение спокойствия, дружелюбия, стоицизм, самоанализ, а также здоровый сон (засыпать до 23.00), продолжительность 7–9 часов.

В свою очередь, установлены **принципы здорового образа жизни**. Помимо медицинских способов восстановления и поддержания активного и здорового долголетия необходимо соблюдать естественные методы, такие как:

1. Двигательная активность: силовые, стретчинг, циклические виды физической культуры [5, с. 41].

2. Традиционные стили питания, которые были выявлены в результате исследования долгожителей. Итогом всех анализируемых диет является употребление животных белков с большим предпочтением рыбы из естественных водоемов, углеводов с большим содержанием клетчатки (например: зелень салатная, бобовые и др. должны составлять полпорции), витаминов (желательно из растительных продуктов), жиров (не более 40 гр.).

3. Психологические принципы: тесные социальные связи, взаимопомощь и дружелюбие, любимая работа, место проживания и т.д.

4. Полноценный сон.

5. Регулярная профилактика возрастных заболеваний.

Выводы:

1. Установлено, что старение – это состояние, которое необходимо лечить. Старение имеет признаки болезни, такие как сердечно-сосудистые, онкологические и метаболические, связаны с процессами старения.

Несмотря на то, что старение является естественным процессом, медицина может влиять на него, замедляя его и предотвращая развитие возрастных заболеваний.

Выявлены медицинские методы лечения старения, такие как:

– сенолитики, которые замедляют процессы старения, улучшают работу сердца, продлевают период здоровой жизни;

– программируемые плюрипотентные стволовые клетки;

– иммунотерапия сенесцентных клеток.

2. Появляются результаты клинических исследований потенциальных геропротекторов, оказывающих положительное влияние на качество жизни организма, в том числе увеличивают продолжительность жизни, повышают сопротивление стрессу, снижают скорость развития различных возрастных заболеваний и т.д.

Обнаружены проблемы с митохондриальным здоровьем, которые являются одной из причин преждевременного старения, патологий сосудов и сердца, синдрома Альцгеймера. Также, многие ученые сходятся во мнении, что сбои в митохондриях приводят к нарушению ментального здоровья.

3. Разработаны методы измерения скорости старения, такие как: эпигенетические часы старения, на которых с помощью искусственного интеллекта создают модели соответствия здоровья конкретного человека здоровью какой-то возрастной группе.

4. В свою очередь, установлены принципы здорового образа жизни, составляющими которого является питание, двигательная активность, полноценный сон и тесные социальные связи, взаимопомощь и дружелюбие,

5. Регулярная профилактика возрастных заболеваний.

Результатом выполнения этих принципов будет здоровое долголетие.

1. Москалёв А. Кишечник долгожителя: 7 принципов диеты, замедляющей старение. – Москва: Эксмо, 2019. – 288 с.

2. Москалёв А. Энциклопедия долгой и здоровой жизни. – Москва: Эксмо, 2019. – 464 с.

3. Аствацатурян М., Москалёв А. Механизмы старения и принципы активного долголетия. – Текст: электронный. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=HjZmRyJCvBY>.

4. Комаров А., Шумская О. Взаимодействие физической нагрузки и гормональной системы // Интеллектуальный потенциал вузов. Вестник ВВГУ. – 2023. – Т. 3. – С. 232-235.

5. Селуянов В.Н. Курс лекций по спортивной адаптологии. – Москва: МФТИ, 1992. – 41 с.

КАК КАРДИОТРЕНИРОВКА УСКОРЯЕТ ПРОЦЕСС СЖИГАНИЯ ЖИРА

Е.С. Попова, студентка
О.О. Шумская, канд. пед. наук, доцент

*Морской государственный университет имени адмирала Г.И. Невельского
Владивосток. Россия*

Аннотация. В статье проведен обзор исследований изменения в составе тела после аэробных тренировок, выполняемых натощак или после приема пищи. Гипотезой исследования явилось предположение, что низкий уровень гликогена и инсулина натощак позволяет мобилизовать накопленный жир в качестве топлива.

Ключевые слова: спорт, физическая подготовка, потеря жира.

HOW CARDIO TRAINING SPEEDS UP THE FAT BURNING PROCESS

Abstract. This article reviews studies of changes in body composition following aerobic exercise performed in the fasted or postprandial state. The hypothesis of the study was that low fasting glycogen and insulin levels allow the mobilization of stored fat as fuel.

Keywords: sport, physical training, fat loss.

Актуальность: Научно-технический прогресс оказал значительное влияние на образ жизни людей и их диету, что в свою очередь привело к увеличению уровня жирования в организме, а именно:

1. Увеличение доступности высококалорийной и высокожирной пищи: развитие пищевой промышленности привело к появлению большого количества готовых продуктов, таких как фастфуд, сладости, закуски, которые содержат большое количество жиров и сахаров. Исследователями выявлено, что фастфуд нарушает клетки иммунной системы, что приводит к воспалительным процессам в этих клетках, что способствует старению организма.

2. Увеличение потребления процессированных продуктов: многие процессированные продукты содержат искусственные добавки, консерванты и транс-жиры, которые могут способствовать накоплению жира в организме. Примеры процессированных продуктов включают консервированные овощи, замороженные продукты, готовые к употреблению обеды, кондитерские изделия, сладости и т.д.

3. Снижение физической активности: с развитием технологий и автоматизации многие люди проводят больше времени за компьютером или перед телевизором, что снижает уровень физической активности и может привести к набору лишнего веса.

4. Распространение пластиковой посуды и упаковки: многие пластиковые материалы содержат химические вещества, которые могут оказывать негативное воздействие на обмен веществ и способствовать аэробные тренировки, натощак или после еды позволяют мобилизовать накопленный жир в качестве топлива.

Задачи исследования:

1. Провести обзор научной литературы по теме исследования.
2. Подтвердить или опровергнуть теорию, что низкий уровень гликогена и инсулина натощак заставляет организм смещать потребление энергии с углеводов, тем самым позволяя мобилизовать накопленный жир в качестве топлива.

В эксперименте участвовало 20 молодых, здоровых женщин. Показатели веса и роста в среднем практически совпадали.

Таблица 1

Показатели физического развития испытуемых

Параметры	Показатели
Возраст	22,4+-2,8 года
Рост	163,4+-4,7 см
Вес	62,2+1,4 кг

Участники до эксперимента выполняли аэробные упражнения несколько дней в неделю на регулярной основе, а некоторые из них были студентами, занимающимися легкой атлетикой в межсезонье:

Среди участников не было:

- 1) страдающих ожирением;
- 2) ранее тренирующихся с отягощением.

Было распределение на две группы: «НАТОЩАК» и «ПОСЛЕ ЕДЫ»

Объем тренировок в неделю:

- 1) 1 час аэробных упражнений 3 дня в неделю на беговой дорожке;
- 2) разминка в течение первых 5 минут с интенсивностью, равной 50% максимальной частоты сердечных сокращений (МЧСС), определяемой по формуле: $220 - \text{возраст}$;
- 3) в течение следующих 50 минут увеличивали интенсивность до 70% МЧСС;
- 4) заканчивали с 5-минутной заминкой при 50% ЧСС.

Что измеряли:

1. Вес.
2. Окружность талии.
3. Состав тела с помощью анализатора, сравнивающего испытуемого с «золотым стандартом». Когда говорят о сравнении состава тела с помощью анализатора с "золотым стандартом", это означает, что проводится сравнение результатов анализа состава тела испытуемого с эталоном или оптимальным показателем состава тела. Это может быть основано на данных из официальных исследований, стандартов Всемирной организации здравоохранения или других авторитетных исследовательских организаций.

Таким образом, сравнение результатов анализа состава тела с «золотым стандартом» позволяет оценить, насколько близки показатели испытуемого к оптимальным или нормальным значениям и выявить возможные отклонения или дисбалансы в составе тела.

РЕЗУЛЬТАТЫ

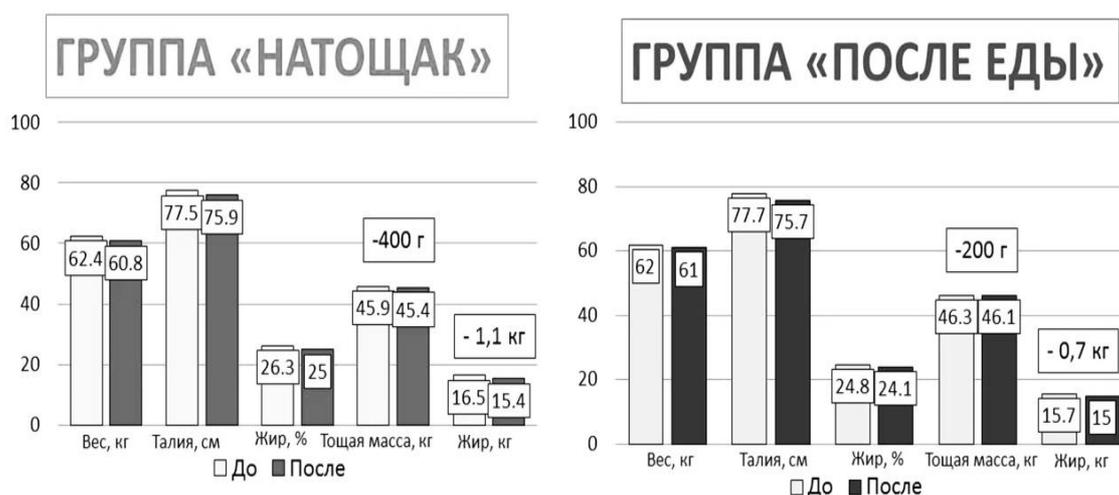


Рис. Диаграммы исследований результатов аэробных тренировок девушек «НАТОЩАК» и «ПОСЛЕ ЕДЫ» [1]

Таблица 2

Показатели разницы результатов тощей массы и изменений жира в результате 8 недельных исследований тренировок девушек «НАТОЩАК» и «ПОСЛЕ ЕДЫ»

Показатели разницы результатов по сравнению с начальными		
	Группа «НАТОЩАК»	Группа «ПОСЛЕ ЕДЫ»
Тошная масса, кг	-0,4 кг	-0,2 кг
Жир, кг	-1,1 кг	-0,7 кг

Зрение – самый мощный источник информации о внешнем мире, 85–90% информации поступает в мозг через зрительный анализатор. Современная статистика показывает, что ухудшение зрения – важная проблема во всем мире. Число слабовидящих неуклонно растет, особенно с тех пор, как жизнь человека наполнилась цифровыми устройствами. Зрительный орган, плохо приспособленный для длительной работы на близком расстоянии, в «цифровом мире» оказался под угрозой, одним из проявлений которой можно считать цифровой (компьютерный) зрительный синдром (далее – ЦЗС), многообразные проявления которого связаны с работой пользователя на персональном компьютере.

Многообразные симптомы ЦЗС включают снижение остроты и затуманивание зрения, уменьшение зрительной работоспособности, трудности с фокусировкой при переводе взгляда с ближних предметов на дальние и обратно, светобоязнь, двоение видимых предметов, боли в области глазниц и лба, покраснение глазных яблок, ощущение, описываемое как «песок в глазах», слезотечение, резь и жжение в глазах, ощущение «сухости глаз».

Многочисленные исследования показали, что 60% пользователей компьютеров испытывают в той или иной степени симптомы ЦЗС, а при продолжительной работе с компьютером более 2 часов признаки ЦЗС возникают у 80% активных пользователей цифровых устройств [1, с. 58]. В группу риска ухудшения зрения вследствие больших зрительных нагрузок при работе со светящимся экраном входят учащиеся, и прежде всего студенты вузов, которые в последние годы вместе с преподавателями активно осваивают цифровую образовательную среду.

Анализ информационных источников показал, что в медицине разработаны аппаратные методики борьбы с ЦЗС. Однако, при интенсивном режиме работы или учебы эти меры носят временный характер и малоэффективны.

Особое место в данной связи занимает гимнастика для глаз. Простота, доступность и эффективность, дополненная организацией ее регулярного выполнения, может принести пользу такому важному органу как глаза.

Цель исследования. Разработать средство поддержания здоровья зрения и профилактики цифрового зрительного синдрома у студентов непосредственно в учебном процессе

Задачи исследования

1. Оценить проблему ухудшения зрения учащейся молодежи на примере Морского государственного университета.
2. Изучить ассортимент предлагаемых современных средств восстановления и профилактики ухудшения зрения.
3. Рассмотреть возможности использования гимнастики для глаз в качестве физкультурной паузы на учебных занятиях в вузе как средства профилактики ухудшения зрения у студентов.

Для решения поставленных задач использовались **методы исследования:** анализ и опрос.

Комплекс неблагоприятных зрительных и глазных симптомов, вызванных длительной работой на компьютере, получил название цифровой (компьютерный) зрительный синдром (далее – ЦЗС или КЗС). Термин был введен в 2000 году для обозначения «комплекса отрицательных проявлений зрительного утомления, связанного с работой пользователя на персональном компьютере».

На кафедре теории, методики и практики физической культуры МГУ имени адмирала Г.И. Невельского с 2018 года, проводилось исследование проявлений ЦЗС у студентов I–III курсов с целью разработки и включения в программу физического воспитания мероприятий, способствующих снижению усталости глаз и профилактике заболеваний, вызванных особенностями учебного труда студентов.

В результате исследования было выявлено, что в МГУ им. адм. Г.И. Невельского 58% студентов имеют нарушения зрения). У 79,3% студентов было выявлено ухудшение общего физического самочувствия: головная боль, общая усталость, боль в спине и другие признаки недомогания вследствие выполнения заданий на смартфоне или компьютере. И только 20,7% опрошенных студентов не отмечали изменений в своем физическом состоянии после длительной работы со светящимся экраном [3, с. 31].

Наибольшее воздействие при длительной работе с компьютером приходится на зрительный орган, а симптомы ухудшения зрения отмечали у себя 69,4% всех ответивших.

Респонденты отмечали появление таких симптомов, как покраснение глаз – 40,6%, снижение остроты зрения – 42,8%, светобоязнь – 9,2%, сухость глаза – 16,8%, что в полной мере соответствует симптомокомплексу ЦЗС. Среди других симптомов респонденты назвали головную боль, резь в глазах (6,9%), усталость глаз, «тяжелые веки» – 41,1% [3, с. 33].

Результаты были получены без учета группы здоровья респондентов. Позже, отдельно проведенный опрос учащихся специального учебного отделения по физической культуре и спорту, где занимаются студенты, отнесенные по состоянию здоровья к специальной медицинской группе для занятий физической культурой, показал более выраженное проявление ЦЗС по всем отмеченным признакам.

II этап исследования 2020–2021 гг. пришелся на длительный период дистанционной формы обучения, когда нагрузка на зрение учащихся вузов превосходила обычную, а здоровье многих студентов ухудшилось в результате перенесенных заболеваний, в том числе COVID-19.

Таким образом, в общей картине симптомов ухудшения физического состояния в процессе учебной деятельности проблемы с органом зрения являются наиболее выраженными.

В медицине разработаны аппаратные методики, состоящие из индивидуально подобранных процедур: магнитотерапия, лазерная стимуляция, вакуумный массаж, цветотерапия, занятия на офтальмотренажере, использование специального покрытия на линзы очков, а также специальных очков и экранов [2, с. 51]. Однако, в силу ряда причин (нехватки времени, отдаленности медучреждений и т. д.) для студентов перечисленные средства являются недоступными.

Особое место в данной связи занимает гимнастика для глаз.

При анализе рекомендаций, полученных студентами при первичном обращении к врачу-офтальмологу по поводу ухудшения зрения, было выявлено, что лекарственные препараты назначались в 32,4% случаев обращения, физио-процедуры – 16,2%, коррекция зрения (очки, линзы) – 2,9%, хирургическая коррекция зрения – 1,0%. (рис. 1). Т.н. «глазная гимнастика» была рекомендована в 36,4% случаев обращений студентов в медучреждение. Проведенный опрос студентов в 2023 году так же подтвердил актуальность рекомендации во время перерывов в работе с экраном выполнять гимнастику для глаз (32,4%) [3, с. 33].

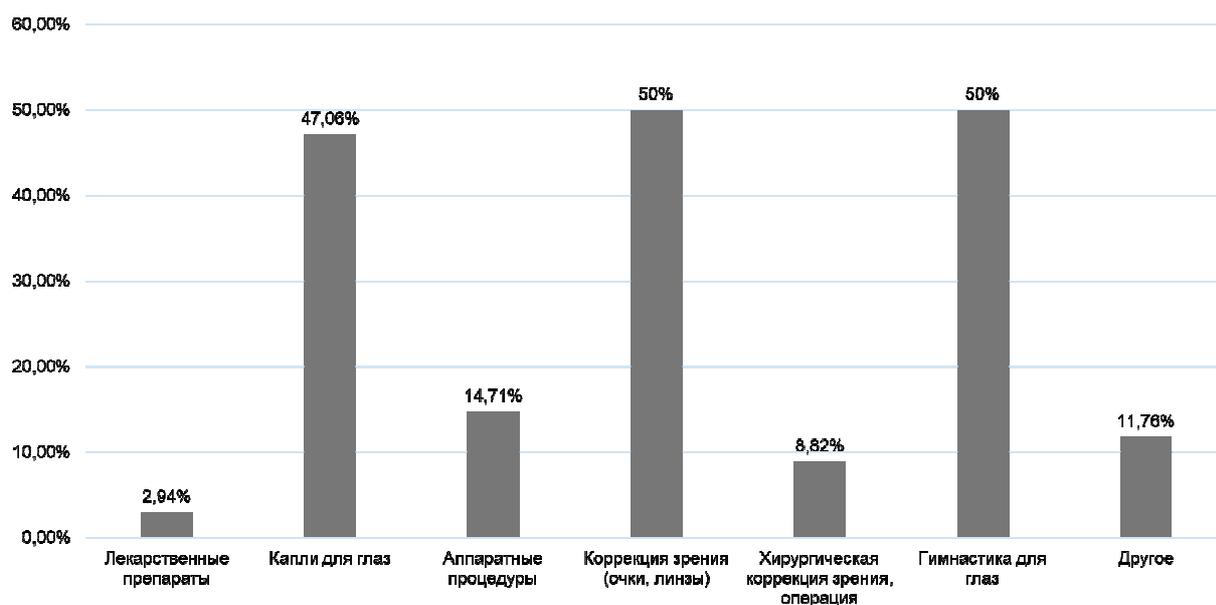


Рис. 1. Медицинские рекомендации, полученные студентами при обращении в медицинское учреждение по вопросам лечения и профилактики заболеваний глаз

История развития гимнастики для глаз восходит к 1940 году, когда Уильям Горацио Бейтс предположил, что чрезмерное напряжение экстраокулярных мышц может влиять на аккомодацию. Разработанный им метод лечения и профилактики ухудшения зрения основывался на применении комплекса упражнений, который, по мнению автора, мог расслаблять глазные мышцы, улучшать цветовое зрение и глубину восприятия.

В Китае в 1950 году также были разработаны упражнения для глаз. Они включали массаж различных акупунктурных точек вокруг глаза, что улучшает кровоснабжение тканей, расслабляет глазные мышцы и снижает напряжение глаз. В китайских школах учащиеся выполняют комплекс упражнений для здоровья глаз два раза в день по 10 минут.

В России активным популяризатором тренировки глаз является офтальмолог О.П. Панков: «Глазам, как и организму нужна специальная оздоровительная тренировка, а также отдых и расслабление 10–20 минут в день» [4, с. 12].

Считается, что зрительные тренировки могут скорректировать регуляцию процесса аккомодации вегетативной нервной системой.

В настоящее время упражнения гимнастики для глаз классифицированы по направленности воздействия:

- на укрепление глазных мышц;
- на усиление обмена веществ в тканях;
- на развитие аккомодации.

Выполняемые во время интенсивных зрительных нагрузок упражнения гимнастики для глаз носят характер физкультурной паузы (далее – ФП), одной из форм производственной гимнастики, которая проводится в рабочее время и, как правило, на рабочем месте для обеспечения активного отдыха, предупреждения или ослабления утомления и снижения работоспособности. ФП проводится как активный отдых для получения срочного эффекта предупреждения или ослабления утомления, снижения работоспособности в течение рабочего дня.

В 2023 году в целях дальнейшей профилактики ЦЗС средствами физической культуры у студентов МГУ имени адм. Г.И. Невельского была начата работа по введению профилактической гимнастики для глаз в учебный процесс.

Врачебная рекомендация выполнять гимнастику для глаз была принята как важная часть этого здоровьесберегающего проекта и представлена в нем в виде производственной гимнастики в течение рабочего (учебного) дня студента в виде физкультурной паузы.

При обычной продолжительности лекционного занятия 1,5 часа было рекомендовано проводить ФП через 45–50 минут после начала работы, т.е. в середине лекционного занятия.

Комплекс упражнений физкультурной паузы подбирался во время практических занятий по физической культуре носил характер группового творческого задания студентам с последующим его обсуждением. При подборе упражнений учитывалось наличие у многих учащихся уже имеющейся близорукости, а также признаков накапливающейся мышечной усталости из-за вынужденной статичной позы в течение длительного времени.

При выборе упражнений гимнастики для глаз пришлось отказаться от ряда эффективных упражнений из-за неподходящих санитарно-гигиенических условий проведения ФП на рабочем месте в аудитории (например, невозможность помыть руки перед выполнением упражнений «палпинг», связанных с прикосновениями к области глазниц).

Подбирались упражнения гимнастики для глаз из всех трех групп:

1. Упражнения, укрепляющие глазные мышцы: движения в следующих направлениях: вверх-вниз, влево-вправо, прямо-вверх-прямо-вниз, прямо-влево-прямо-вправо, круговые вращения глазного яблока, зажмуривания, моргания.

2. Упражнения, усиливающие обмен веществ в тканях, например, массаж пальцами зоны вокруг глаз, легкие надавливания на глазные яблоки и т.д.

3. Упражнения на развитие аккомодации, например, перевод взгляда с ближней точки на дальнюю и наоборот.

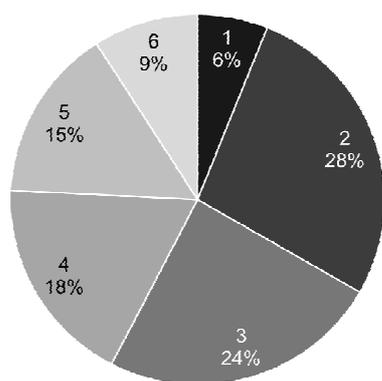
После каждого упражнения рекомендовалось быстро моргать для уменьшения нагрузки на глазные мышцы и улучшения смазывания роговицы глаза слезной жидкостью.

Последовательность тщательно отобранных упражнений разучивалась заранее на учебных занятиях по физической культуре в спортивном зале. В качестве домашнего задания требовалось выполнять эти упражнения на регулярной основе. Кроме того, в каждой учебной группе были назначены «инструкторы» по глазной гимнастике из наиболее активных физкультурников. В их задачу входило проводить комплекс упражнений с учебными группами студентов во время лекционных занятий, обсудив его возможность перед этим с преподавателем-лектором.

Таким образом, был составлен и разучен комплекс из 7–8 упражнений, повторяемых несколько раз, в течение 5–10 минут на всех учебных занятиях, где студентам приходится много работать с экраном компьютера (телефона) или конспектировать. Время проведения физкультурной паузы выбиралось ответственным за проведение физкультурной паузы (инструктором) совместно с преподавателем и с его согласия, что во многом зависело от продолжительности части лекционного занятия с повышенной зрительной нагрузкой, а также динамики текущей работоспособности присутствующих.

Положительный эффект от проделанной работы нашел отражение в результатах проведенного в 2023 году опроса с целью выяснения мнения студентов по вопросу проведения ФП для глаз, как средству профилактики ухудшения зрения.

Так, выполняют гимнастику для глаз в течение рабочего (учебного) дня достаточно регулярно 5,88 %. Эти студенты не сомневаются в пользе данных упражнений и уверены в успехе профилактики. Выполняют по совету врача 26,47 % опрошенных. Впервые познакомились с упражнениями гимнастики для глаз на учебных занятиях по физической культуре 23,53 % ответивших студентов. Считают, что упражнения гимнастики для глаз выполнять приятно, полезно и несложно 17,65 %. 14,7 % опрошенных знают об упражнениях для глаз, но сомневаются в их эффективности. И только 8,8 % студентов признались, что «не знакомы с такими упражнениями».



- 1** - выполняют гимнастику для глаз регулярно в течение рабочего (учебного) дня, и высказали уверенность в том, что эти упражнения являются полезными.
- 2** - выполняют гимнастику по рекомендации врача.
- 3** - впервые познакомились с упражнениями гимнастики для глаз на учебных занятиях по физической культуре.
- 4** - считают, что выполнение упражнений для глаз приятно, полезно и несложно.
- 5** - знают о таких упражнениях, но испытывают сомнения в их эффективности.
- 6** - не знакомы упражнения для глаз.

Рис. 2. Отношение студентов к гимнастике для глаз

В целях изучения мнения преподавателей, на учебных занятиях которых проводилась физкультурная пауза, был проведен их опрос в виде анкетирования и беседа с преподавателями. Анализ полученных результатов опроса позволил сделать следующие выводы:

1. Гимнастика для глаз во время учебного занятия, по мнению преподавателя, не мешает усвоению учебного материала студентами и не создает неудобства для преподавателя, соответствует принципу здоровьесбережения в педагогике.

2. Пауза активного отдыха снимает общее напряжение и может повысить работоспособность студента во время лекции.

3. Физкультурная пауза для глаз не отвлекает и не сбивает созданный преподавателем рабочий настрой студентов при освоении сложного для понимания материала.

Большая часть преподавателей во время устного обсуждения согласилась с утверждением, что гимнастика для глаз в академические часы при регулярном проведении может служить средством профилактики ухудшения зрения у студентов (80 % опрошенных).

Наряду с этим во время беседы были высказаны опасения, что данная профилактическая мера подходит не всем, у некоторых учащихся может сбить рабочий настрой. Также в устной беседе было выражено сомнение в пользе данной физкультурной паузы (20 % опрошенных). Несмотря на высказанные сомнения, большинство преподавателей поддержало инициативу студентов по проведению физкультурной паузы для глаз на учебных занятиях и предложило продолжить практику проведения гимнастики для глаз на лекционных занятиях в целях сохранения зрения учащихся.

В дальнейшем упражнения гимнастики для глаз на учебных занятиях по физической культуре планируется сочетать с общеразвивающими упражнениями, упражнениями для укрепления мышц шеи и спины, на расслабление, а во время практических занятий по физической культуре – также с элементами спортивных игр низкой и средней интенсивности. Это позволит закрепить на практике полученные знания и навыки. Результатом работы можно считать то, что студенты во время обучения в вузе осваивают методику и учатся использовать полученные знания и навыки на практике. В настоящее время работа над проектом продолжается.

Выводы.

1. Цифровой зрительный синдром возникает при использовании цифровых устройств и охватывает большую часть студенческой молодежи.

2. В физической культуре накоплен большой опыт применения упражнений гимнастики для глаз, который нужно извлечь и приспособить к практическому использованию в академической среде.

3. Наиболее эффективной формой проведения гимнастики для глаз является физкультурная пауза во время учебных аудиторных занятий.

1. Емельянов Г.А. Основные закономерности возникновения зрительного утомления у человека-оператора зрительно-напряженного труда без патологии органа зрения в современных условиях профессиональной деятельности // Военно-медицинский журнал. 2013. Т. 1/34, № 1. С. 58–60.

2. Захарова М.А. Оганезова Ж.Г. Современные подходы к терапии компьютерного зрительного синдрома // РМЖ «Клиническая офтальмология». 2018 № 1. URL <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyye-podhody-k-terapii-kompyuternogo-zritel'nogo-sindroma> (дата обращения 12.05. 2024).

3. Кудра Т.А. Профилактика цифрового зрительного синдрома у студентов основного и специального медицинского отделений средствами физической культуры // Вестник Морского государственного университета: материалы IV Научно-практической конференции «Морские исследования на Дальнем Востоке», 7-8 октября 2021 г. 2021. Вып. 89. С. 30 – 35.

4. Панков О.П. Уникальный метод восстановления зрения. – Москва: Издательство АСТ, 2011. 464 с.

Секция. СОВРЕМЕННЫЕ ПРАКТИКИ АДАПТИВНОГО ФИЗИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ И СПОРТА

УДК 615.84

ВЫЯВЛЕНИЕ ОТНОШЕНИЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С УМСТВЕННОЙ ОТСТАЛОСТЬЮ К ВОДНЫМ ВИДАМ СПОРТА

Н.В. Баркина, ассистент кафедры ФОСР
Н.В. Мазитова, канд. пед. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. Данное исследование направлено на изучение необходимости использования водных видов спорта для улучшения физического и психоэмоционального состояния обучающихся с умственной отсталостью. В настоящее время физическое и психоэмоциональное состояние обучающихся с умственной отсталостью требует повышенного внимания. В данном исследовании проведена работа по определению наиболее значимых водных видов спорта для повышения физического и психоэмоционального состояния обучающихся с умственной отсталостью, улучшение коллективного общения детей с интеллектуальными нарушениями вместе со здоровыми детьми.

Ключевые слова: водные виды спорта, обучающиеся с умственной отсталостью, плавание, водное поло, фридайвинг.

IDENTIFICATION OF THE ATTITUDE OF STUDENTS WITH MENTAL RETARDATION TO WATER SPORTS

Abstract. This study is aimed at studying the need to use water sports to improve the physical and psycho-emotional state of students with mental retardation. Currently, the physical and psycho-emotional state of students with mental retardation requires increased attention. In this study, work was carried out to identify the most important water sports to improve the physical and psycho-emotional state of students with mental retardation, to improve the collective communication of children with intellectual disabilities together with healthy children.

Keywords: water sports, students with mental retardation, swimming, water polo, freediving.

Актуальность.

Современный уровень развития Российского государства требует особо пристального внимания к решению проблем сохранения и поддержания здоровья детей, обеспечению уровня личностного развития, жизненных компетенций, интеграции в социуме [4].

Указом Президента Российской Федерации «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» определены приоритетные национальные цели развития Российской Федерации, данным Указом Президента Российской Федерации предусмотрена национальная цель – сохранение здоровья и благополучие людей [1].

Одним из наиболее эффективных способов поддержания здоровья детей, в том числе и для детей с ограниченными возможностями здоровья, является оздоровительная и адаптивная физическая культура.

Для достижения национальных целей, определённых Правительством РФ «Плавание для всех», необходимо создать условия для всеобщего обучения детей плаванию как базовому жизнеобеспечивающему навыку [2].

Таким образом, на законодательном уровне закреплено право детей с нарушениями в интеллектуальном развитии заниматься в спортивных секциях совместно со здоровыми детьми.

Водная среда признана наиболее эффективной для повышения физического состояния детей с умственной отсталостью.

Водные виды спорта оказывают положительное влияние на закаливание организма, способность противостоять простудным заболеваниям детей [3]. Плавание благоприятно действует на опорно-двигательную систему организма детей, нормализует осанку, увеличивает подвижность в суставах, укрепляет мышечный корсет.

Водное поло – командная игра, где дети учатся работать в группе. Повышает координационные способности. Оказывает положительное влияние на коммуникативное и умственное развитие детей. Улучшает эмоциональное состояние. Развивает личностные качества каждого ребёнка: чувство уверенности и баланса, соблюдение дисциплины, самоконтроля и самоорганизации.

Фридайвинг – «свободное погружение» подводное плавание с задержкой дыхания, без использования оборудования. Улучшает мозговое кровообращение, является «гимнастикой» для головного мозга, стимулирует адаптивные процессы, снимает нервное напряжение, повышает работу вестибулярного аппарата, значительно улучшает работу лёгких, стимулирует развитие речи у детей.

Нами был проведён анализ анкетирования по выявлению отношения обучающихся с умственной отсталостью к водным видам спорта.

Анкетирование проводилось с использованием Google Forms.

В данном анкетировании приняли участие около 1000 респондентов из 9 коррекционных учреждений Приморского края: г. Владивосток, г. Артём, г. Уссурийск, г. Спасск-Дальний, с. Ракитное, с. Раздольное, с. Вольно-Надеждинск, с. Новочугуевка, с. Покровка.

На рисунке 1 ответы респондентов на вопрос «Вы хотели бы заниматься водными видами спорта?» распределились следующим образом: «Да» дали 75% респондентов, «Нет» – 12%, «Затрудняюсь ответить» – 13%.

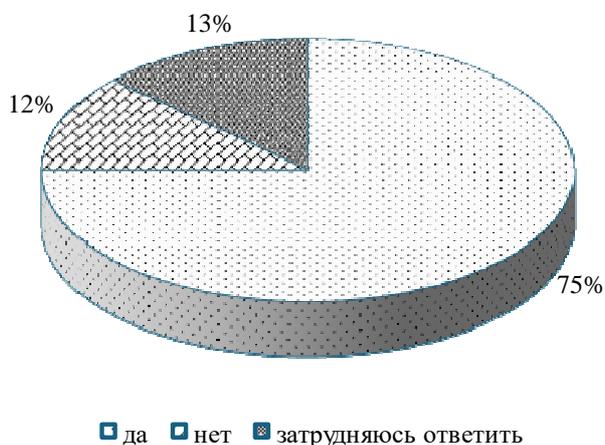


Рис. 1. Распределение ответов респондентов на вопрос «Вы хотели бы заниматься водными видами спорта?»

При ответе на вопрос «Как Вы хотели бы заниматься водными видами спорта?» 45% – в группе с тренером, 29% – индивидуально с тренером, 27% – самостоятельно без тренера (рис. 2).



Рис. 2. Распределение ответов респондентов на вопрос «Как Вы хотели бы заниматься водными видами спорта?»

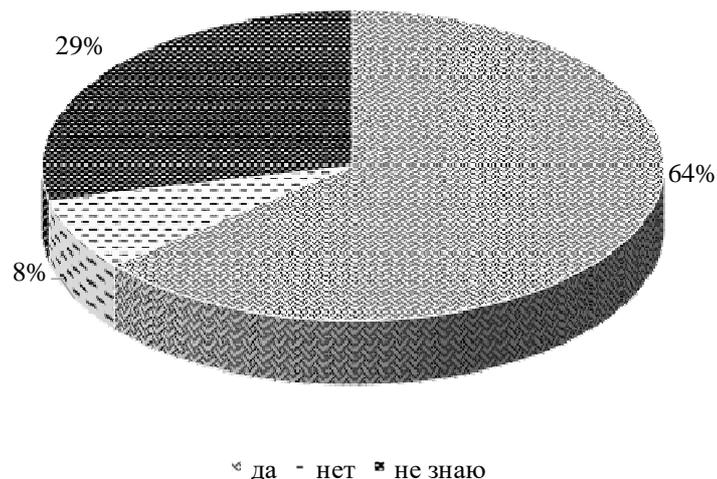


Рис. 3. Распределение ответов респондентов на вопрос «Считаете ли Вы, что плавание помогает формировать коллективное общение?»

На рисунке 3 представлены ответы на вопрос «Считаете ли Вы, что плавание помогает формировать коллективное общение?» 64% – да, 29% – не знаю, 8% – нет.

При ответе на вопрос «Какими водными видами спорта вы хотели бы заниматься?» 35% респондентов ответили «Плавание», 31% – «Водное поло», 25% опрошенных выбрали фридайвинг, 5% – «Прыжки в воду», 2% «Аквааэробика» 2% – «Синхронное плавание» (рис. 4).

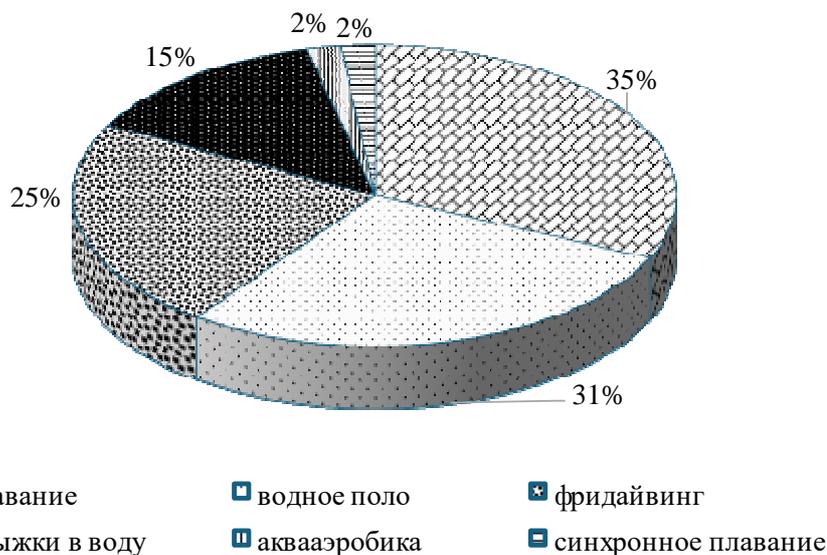


Рис. 4. Распределение ответов респондентов на вопрос «Какими водными видами спорта вы хотели бы заниматься?»

В процессе анкетирования определилось наиболее эффективное сочетание водных видов спорта: плавание, водное поло и фридайвинг. Большее число респондентов отдали предпочтение именно этим видам спорта.

Так же, большинство респондентов уверены, что будет проходить оздоровление при занятии водными видами спорта и формирование у них коллективного общения.

1. Указ Президента Российской Федерации "О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года"

2. Распоряжение Правительства РФ от 7.02 2024 №263 Об утверждении программы «Плавание для всех»

3. Мукина Е.Ю. Дерябина Г.И. Лернер В.Л. Занятие плаванием коррекционно-оздоровительной направленности в адаптивной физической рекреации детей с ограничениями в состоянии здоровья // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2023. Вып. 9 (125) С.178-182

4. Распопова Е.А, Попович Н.В. Сироткин Д.Л. Адаптивное плавание как средство социализации детей с ментальными нарушениями // Физическая культура на стыке профессий. 2022. № 3. С. 65-69.

УДК 796

ОСОБЕННОСТИ СОДЕРЖАНИЯ КОМПЛЕКСОВ УПРАЖНЕНИЙ СОРЕВНОВАТЕЛЬНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ ПО ЛЕГКОЙ АТЛЕТИКЕ, ИСПОЛЪЗУЕМЫХ В УЧЕБНО-ТРЕНИРОВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЧАЩИХСЯ С ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМИ НАРУШЕНИЯМИ 10-11 ЛЕТ

Д.А. Панкрашин, преподаватель

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. В статье представлена классификация упражнений соревновательной направленности, адаптированных к потребностям учащихся с интеллектуальными нарушениями. Особое внимание уделено выбору и последовательности упражнений, учитывающих уровень физической подготовленности и специфику интеллектуальных особенностей учащихся. Результаты исследования могут быть использованы для оптимизации учебно-тренировочного процесса и повышения эффективности занятий легкой атлетикой у данной категории учащихся.

Ключевые слова: адаптивная физическая культура, интеллектуальные нарушения, легкая атлетика, инклюзивная среды.

FEATURES OF ORGANIZING SETS OF COMPETITIVE-ORIENTED EXERCISES IN TRACK AND FIELD ATHLETICS, USED IN THE EDUCATIONAL AND TRAINING ACTIVITIES OF STUDENTS WITH INTELLECTUAL DISABILITIES AGED 10-11

Abstract. The article presents a classification of competitive-oriented exercises adapted to the needs of students with intellectual disabilities. Special attention is given to the selection and sequence of exercises, taking into account the level of physical fitness and the specific intellectual characteristics of the students. The research findings can be used to optimize the educational and training process and enhance the effectiveness of track and field athletics classes for this category of students.

Keywords: adaptive physical education, intellectual disabilities, track and field athletics, inclusive environment.

Современные стандарты реабилитации и абилитации инвалидов и детей-инвалидов в России опираются на принципы, закрепленные в Конвенции о правах инвалидов, ратифицированной Федеральным законом от 03.05.2012 № 46-ФЗ. Главным требованием является обеспечение доступности высококачественных реабилитационных и абилитационных услуг. Эти принципы реализуются через государственную программу "Доступная среда", утвержденную постановлением Правительства Российской Федерации от 29.03.2019 № 363.

Актуальность формирования комплексной системы реабилитации и абилитации инвалидов в субъектах Российской Федерации обусловлена объективными показателями инвалидности. По данным Федерального реестра инвалидов, численность инвалидов в Российской Федерации на 01.01.2022 составила 10 556 630 человек в возрасте старше 18 лет и 735 508 детей-инвалидов [3].

Современное образовательное пространство стремится к инклюзивной среде, где каждый учащийся, независимо от своих особенностей, имеет право на доступ к образованию и спорту. Учебно-тренировочная деятельность, ориентированная на соревновательные упражнения, способствует не только физическому и психоэмоциональному воспитанию, но и развитию когнитивных

способностей, а также формированию социально значимых качеств. Это особенно важно для детей с интеллектуальными нарушениями, у которых часто наблюдаются проблемы социальной интеграции [2, с. 27]. Расширение педагогических методов и подходов к работе с учащимися с особыми образовательными потребностями требует постоянного исследования и внедрения инновационных подходов. Исследование о комплексах упражнений соревновательной направленности в данной категории учащихся дает возможность обогатить педагогическую практику и повысить эффективность образовательного процесса.

С одной стороны соревновательные упражнения являются эффективным стимулирующим средством развития не только физических способностей, но и психоэмоциональных компонентов, когнитивных и социально значимых качеств [1, с. 8]. С другой стороны, в современных источниках мы не обнаружили систематизированного учебно-методического материала для его использования в учебно-тренировочной деятельности по легкой атлетике учащихся с интеллектуальными 10–11 лет.

Целью исследования является обоснование содержания комплексов упражнений соревновательной направленности по легкой атлетике в учебно-тренировочной деятельности учащихся с интеллектуальными нарушениями 10–11 лет, ориентированных на физическое и психоэмоциональное воспитание, развитие когнитивных способностей, а также формирование социально значимых качеств.

Задачи:

1. Проанализировать литературные источники
2. Дать классификацию и характеристику упражнений соревновательной направленности.

Методы:

1. Анализ литературных источников, нормативно-правовых документов, статистических данных, а также сайтов
2. Анализ и классификация учебно-методических материалов связанных с использованием соревновательных упражнений.

Новизна данного этапа заключается в разработке классификации и характеристика упражнений соревновательной направленности.

А теперь перейдем к исследованиям. Нами были рассмотрены программы по виду спорта легкая атлетика, а также ЕВСК по легкой атлетике для лиц с интеллектуальными нарушениями, большинство авторов предлагает построение тренировочного процесса, направленного на достижение максимального результата, однако современные тренды и социальная среда подталкивают нас на смещение акцента, основой которого выступают формирование позитивного психоэмоционального состояния учащихся, воспитание социально-значимые качества и развитие когнитивных способностей. Помимо комплексного развития скоростных способностей мы убеждены, что существует потребность воздействовать на разные аспекты личности. В исследовании мы предлагаем классификацию, содержательное наполнение которой состоит из разработанных комплексов упражнений соревновательной направленности, на её основе будет разрабатываться программа занятий, состоящая из упражнений соревновательной направленности.

В ходе эксперимента мы преследуем цель обосновать содержательное наполнение разработанных комплексов упражнений соревновательной направленности для учащихся с интеллектуальными нарушениями 10–11 лет. Мы планируем организовать 2 группы: контрольную (15 человек) и экспериментальную (15 человек). Каждая группа будет разделена на 2 подгруппы так как наполняемость групп на начальном этапе спортивной подготовки не должна превышать 7–8 человек [5]. Эксперимент будет проходить с апреля по ноябрь 2024 года на базе «КГОБУ Владивостокская специальная коррекционная общеобразовательная школа», в формате дополнительной спортивной секции по легкой атлетике [4]. Контрольная группа будет заниматься по федеральному стандарту вида спорта легкая атлетика ЛИН. Экспериментальная группа будет также заниматься по федеральному стандарту вида спорта легкая атлетика ЛИН и использовать разработанные нами комплексы упражнений соревновательной направленности.

Для оценки скоростных способностей мы будем использовать несколько видов контрольных тестов. На начальном этапе мы будем сравнивать показатели с нормативами ГТО для лиц с интеллектуальными нарушениями. Такими как бег на 30 и 60 метров, прыжок с разбега и с места, метание мяча, поднимание туловища из положения лежа на спине.

Также нами будут использованы нормативы для зачисления в начальную группу спортивной подготовки по легкой атлетике: бег 20 метров с ходу, бросок медицинский бола из-за головы, поднимание туловища из положения лежа на полу руки за головой, прыжок в длину с места.

В ходе исследования нами была сформирована рабочая классификация упражнений соревновательной направленности с целью методической упорядоченности, систематизации и адаптации таких упражнений.

В подготовительной и заключительной части мы рекомендуем использование различных психотехник, таких как визуализация, аутогенная тренировка, управление стрессом и ментальные упражнения, так как они способствуют как поднятию уровня мотивации, так и управлению эмоциями в учебно-тренировочной деятельности.

Так, например, после просмотра фото или видеоряда необходимо провести беседу-рефлексию, в ходе которой попросить учащихся представить себя в роли участника соревнований по легкой атлетике, где он успешно преодолевает дистанцию с эталонной техникой и побеждает в забеге.

В подготовительной части мы рекомендуем использовать игры на внимание, игры на развитие организационных способностей, универсальные и специальные подготовительные упражнения.

В каждый из блоков упражнений и игра мы добавили соревновательный компонент, так, например, учащимся предлагается игра «Займи свое место» с целью формирования организованности – по команде тренера-преподавателя учащимся необходимо занять свое заранее обозначенное место, в качестве ориентира выступают фишки разного цвета, мячи или любой спортивный инвентарь. Соревновательный компонент заключается в скорости принятия решения и скорости достижения финальной точки. Данная игра способствует развитию скоростных способностей, а также аналитических способностей и навыков самоорганизации.

Особенностью применения универсальных упражнений стало внедрения самостоятельного выбора упражнений и дальнейшая самооценка. Так в игре «Выбери сам», учащиеся по очереди показывают заранее изученные подготовительные упражнения, после чего определяют победителя с тренером-преподавателем путем оценки качества показа упражнений. Данная игра способствует комплексной подготовке организма к предстоящей нагрузке, а также развитию когнитивных способностей и лидерских качеств.

Ещё одна классификация – это разделение упражнений и игр в зависимости от вида скорости. Так для развития реакции мы предлагаем игру «забери своё», где задача учащихся по команде быстро подобрать предмет, данная игра способствует развитию скоростных способностей, аналитических способностей. С целью развития лидерских качеств следует предложить быть ведущим уже выбывшим участникам.

Также нами используется фронтальный способ организации (по команде учащиеся одновременно выполняют упражнения на месте). Данные упражнения способствуют комплексному развитию физических качеств, а также адаптации к монотонной работе. Тот, кто лучше всех выполняет поставленную задачу, начинает помогать рядом стоящему с целью научиться работать в парах. Для внедрения соревновательного компонента мы будем оценивать не только скорость решения двигательной задачи, но и правильность её выполнения (верное положение рук, ног и туловища в момент выполнения упражнения).

Выводы

Адаптированные комплексы упражнений соревновательной направленности смогут полифонично воздействовать на учащихся с интеллектуальными нарушениями 10–11 лет, способствуя развитию физических качеств, в частности комплексное развитие скоростных способностей. Социальное взаимодействие и интеграция учащихся с интеллектуальными нарушениями в групповые занятия соревновательной направленности будут играть важную роль в их социальном развитии. Комплексный подход к разработке учебно-тренировочных программ, включающий в себя не только физические, но и психологические компоненты, будут являться ключевым для обеспечения развития когнитивных способностей, а также развития психоэмоционального компонента личности учащихся. Данная классификация ляжет в основу разработки экспериментальных компонентов в опытных группах следующего этапа исследования.

1. Антипова Е.В., Антипов В.А Паралимпийский спорт лиц с интеллектуальными нарушениями (ЛИН) как новый этап в развитии адаптивного спорта // Актуальные научные исследования в современном мире. – 2020. – № 3-4(59). – С. 7-10.

2. Игнатов Н.П. Инклюзивная образовательная среда как условие развития и социальной адаптации детей с особыми образовательными потребностями // Педагогическое мастерство и современные педагогические технологии: сборник материалов IX Международной научно-практической конференции, Чебоксары, 28 июня 2019 года / ФГБОУ ВО «Чувашский государственный университет им. И.Н. Ульянова»; Актю-

бинский региональный государственный университет им. К. Жубанова. – Чебоксары: Общество с ограниченной ответственностью "Центр научного сотрудничества "Интерактив плюс", 2019. – С. 26-29.

3. Положение инвалидов. – Текст: электронный // Росстат. – URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/13964> (дата обращения: 24.03.2023)

4. Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 28 сентября 2020 г. № 28 "Об утверждении санитарных правил СП 2.4.3648-20 "Санитарноэпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи". – Текст: электронный. – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/74993644/?ysclid=lvkt9qf6to628648730>

5. Приказ Министерства спорта РФ от 28 ноября 2022 г. № 1082 "Об утверждении федерального стандарта спортивной подготовки по виду спорта "спорт лиц с интеллектуальными нарушениями". – Текст: электронный. – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/405876547/?ysclid=lvktepkq54718987034>

УДК 796.03

ОРГАНИЗАЦИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ, НАПРАВЛЕННОГО НА ПОВЫШЕНИЕ ЛИЧНОСТНОЙ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ САМОРЕАЛИЗАЦИИ СТУДЕНТОВ СПО С НАРУШЕНИЕМ ИНТЕЛЛЕКТА, СРЕДСТВАМИ ЦИФРОВОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Г.В. Степанов, магистрант

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

***Аннотация.** Статья посвящена организации исследования научно-прикладного проекта, результатом которого будет готовое методическое обеспечение на основе использования современных, доступных цифровых технологий студентами средних учебных заведений с нарушением интеллекта, для повышения показателей вовлеченности в процесс личностной и профессиональной самореализации. Разработанное методическое обеспечение будет внедрено в практику физкультурно-оздоровительной работы коррекционных учреждений.*

***Ключевые слова:** цифровизация сферы физической культуры, цифровые технологии, физкультурно-оздоровительная деятельность, вовлеченность, личностная и профессиональная самореализация, студенты СПО с нарушением интеллекта.*

ORGANIZATION OF THE RESEARCH, AIMED AT INCREASING PERSONAL AND PROFESSIONAL SELF-REALIZATION OF STUDENTS OF SECONDARY VOCATIONAL EDUCATION WITH INTELLECTUAL, DISABILITIES BY MEANS OF DIGITAL SUPPORT OF PHYSICAL CULTURE AND SPORTS ACTIVITIES

***Abstract.** The article is devoted to the organization of research of the scientific and applied project, the result of which will be a ready-made methodological support based on the use of modern, accessible digital technologies by students of secondary educational institutions with intellectual disabilities to increase the indicators of involvement in the process of personal and professional self-realization. The developed methodological support will be implemented in the practice of physical fitness and recreational work of correctional institutions.*

***Keywords:** digitalization of physical education, digital technologies, physical education and recreational activities, involvement, personal and professional self-actualization, students with intellectual disabilities.*

Главной задачей государства является грамотное осуществление стратегии цифровизации для повышения эффективности профессиональной деятельности и компетентности педагогов и учащихся. Для этого постоянно проводятся различные научные исследования, семинары, конференции на тему цифровой трансформации системы образования. В Москве в сентябре 2019 г. прошла

международная российско-китайская образовательная конференция «Проблемы и перспективы цифровой трансформации образования». Документация основывается на базе научно-исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ). Согласно концепции цифровизации, в образовании сегодня решаются важные задачи [1, с. 69].

Цифровизация общего образования – приоритетное направление образовательной политики государства, динамично развивающееся на основе понимания значимости цифровых ресурсов в обеспечении непрерывности, доступности и качества образования [7, с. 424].

Цифровая трансформация образования на основе применения современных технологий нацелена на достижение образовательных результатов путем перехода к персонализированному образованию, образовательному процессу, ориентированному на результат, дающему возможность развития у обучающихся социальных навыков, удовлетворения их образовательных интересов посредством индивидуальных образовательных программ [7, с. 428].

Цифровизация охватывает все сферы деятельности общества, внося изменения в рабочие процессы, коммуникацию, времяпрепровождение людей, изменяя их взгляды и образ жизни [6].

Современные цифровые технологии вносят вклад в развитие и модернизацию образования, повышают качество подготовки будущих специалистов. Они раскрывают новые технологические и дидактические возможности реализации программ обучения, позволяющие разнообразить и совершенствовать педагогический процесс, сделать его более гибким и адаптивным к изменяющимся условиям образовательной, профессиональной и социальной среды [4, с. 81]. На основании вышеизложенного, изучение вопросов цифровизации образовательного процесса представляется весьма актуальным направлением научных исследований.

Также правительством РФ опубликовано распоряжение «Об утверждении стратегического направления в области цифровой трансформации физической культуры и спорта до 2030 года». Главные цели – это создание единой цифровой среды в области физической культуры и спорта, внедрение технологий искусственного интеллекта.

Цифровизация сферы физической культуры и спорта является одним из приоритетных направлений государственной политики в данной области, так как напрямую связана с трендом цифровой политики государства, выраженной в Стратегии цифровой трансформации [5].

Возможности цифровых и мультимедийных средств сегодня настолько широки, что можно с уверенностью утверждать: они могут находить свое эффективное применение в дидактике абсолютно любой учебной дисциплины, как начальной, так и средней, и высшей ступени образования. При этом, особенный интерес в современных условиях цифровизации представляет процесс трансформации учебной дисциплины «Физическая культура» – одного из наиболее трудно представимого в цифровой форме предмета традиционного образования [2, с. 43].

Физическое воспитание обучающихся следует рассматривать, как важнейшую основу мотивирования и формирования физической активности личности в течение всей жизни. Именно поэтому исследователи все чаще говорят о необходимости обновления содержания физического воспитания в концепции с инновационными педагогическими технологиями, соответствующими потребностям и интересам подрастающего поколения [3].

Как следствие внедрение цифровых технологий в процесс модернизации двигательной активности, повышает привлекательность физической культуры среди обучающихся, в том числе студентов с ограниченными возможностями, так как соответствует запросам молодежи.

Из всего выше сказанного можно сделать вывод, что цифровая трансформация ключевых сфер деятельности современных людей неизбежный и, во многом стихийный процесс, не всегда совпадающий с форматом и содержанием решаемых обществом задач. Особенно эта проблематика актуальна в образовании и, в частности в сфере физического воспитания и адаптивной физической культуры. В данном контексте вызревает проблемное натяжение, связанное с тем, что количество выпускаемых гаджетов, цифровых девайсов, информационных платформ и сайтов с каждым годом увеличивается, однако, реальное применение этих технологий сложно увязать с решением конкретных педагогических и коррекционных задач.

Анализ литературных источников выявил значимый аспект вышеизложенной проблемы, которая выражается в недостаточной представленности в информационной среде, разработанных методических материалов.

Таким образом, данное исследование открывает запуск научно-прикладного проекта целью которого является разработка методического сопровождения на основе доступных цифровых технологий, позволяющих оптимизировать продуктивную физкультурно-спортивную и рекреационно-оздоровительную деятельность студентов средних учебных заведений с нарушениями интел-

лекта. Разработанное методическое сопровождение будет направлено на повышение показателей личностной и профессиональной вовлеченности данного контингента в образовательные, социальные и профессионально ориентированные процессы жизнедеятельности.

Научная новизна исследования заключается в получении нового знания о содержании разработанного методического обеспечения на основе использования цифровых технологий в физкультурно-оздоровительной деятельности студентов СПО. Так же будут выявлены особенности динамики педагогического воздействия на физические, духовные и социальные аспекты личности студентов с нарушением интеллекта.

Целью исследования является обоснование содержания разработанного методического обеспечения на основе использования цифровых технологий в физкультурно-оздоровительной деятельности студентов СПО с нарушением интеллекта, направленного на повышение показателей вовлеченности исследуемого контингента в процесс личностной и профессиональной самореализации.

Задачи исследования:

1. Систематизировать и дать аналитическую оценку цифровым технологиям, позволяющим решать образовательные, развивающие, воспитательные, коррекционные задачи физического воспитания, а также задачи, связанные с социальной и профессиональной адаптацией в разных формах и с различным контингентом занимающихся.

2. Исследование представления респондентов о содержании и особенностях применения цифровых инструментов в процессе физического воспитания и физкультурно-спортивной деятельности студентов СПО с нарушением интеллекта.

3. Исследование физической подготовленности и физического состояния студентов СПО с нарушением интеллекта, а также определение показателей вовлеченности исследуемого контингента в процессы личностной и профессиональной самореализации

4. Разработать и доказать педагогическую эффективность методического обеспечения (сопровождение) на основе использования цифровых технологий в физкультурно-оздоровительной деятельности студентов СПО с нарушением интеллекта, направленного на повышение показателей их вовлеченности в процесс личностной и профессиональной самореализации.

5. Доказать педагогическую эффективность разработанного методического обеспечения (сопровождение) на основе использования цифровых технологий в физкультурно-оздоровительной деятельности студентов СПО с нарушением интеллекта, направленного на повышение показателей их вовлеченности в процесс личностной и профессиональной самореализации.

Методы исследования:

– анализ литературных источников по проблемам цифровой трансформации сферы адаптивной физической культуры;

– анализ образовательных и профессиональных стандартов, программ и учебно-методической документации;

– отбор и систематизация методических материалов по проблеме использования цифровых технологий в физкультурно-оздоровительной деятельности студентов СПО;

– изучение и обобщение педагогического опыта работы с коррекционным контингентом;

– социологический опрос в форме анкетирования и беседы по аспектам цифровизации адаптивного физического воспитания;

– контент анализ показателей вовлеченности студентов СПО с нарушением интеллекта в процесс личностной и профессиональной самореализации;

– педагогическое тестирование уровня физической подготовленности и физического состояния студентов СПО с нарушением интеллекта;

– педагогический эксперимент и экспериментальное подтверждение эффективности разработанного методического обеспечения (сопровождения) физкультурно-спортивной деятельности с использованием цифровых технологий;

– методы математической статистики для обработки данных анкетирования, контент-анализа, педагогических испытаний.

Организация исследования

Исследование проводится в двух образовательных учреждениях:

1) Краевое государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Автомобильно-технический колледж» г. Уссурийск – база организации контрольной группы;

2) Краевое государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Приморский многопрофильный колледж» г. Партизанск – база организации экспериментальной группы.

На начальном этапе исследования был разработан и проведен социологический опрос в форме анкетирования и беседы по аспектам цифровизации адаптивного физического воспитания. Кроме того, проводилось анкетирование по вопросам вовлечения студентов СПО в процессы личностной и профессиональной самореализации.

В свою очередь были разработаны и проведены педагогические контрольные испытания на опытных группах (УФП и ФС).

Следующим этапом нашей работы будет разработка и применения методического обеспечения на основе использования цифровых технологий в физкультурно-оздоровительной деятельности студентов с нарушением интеллекта, направленного на повышение показателей вовлеченности используемого контингента в процесс личностной и профессиональной самореализации.

В дальнейшем планируется организация и проведение формирующего эксперимента с целью подтверждения эффективности разработанного методического обеспечения (сопровождения) физкультурно-спортивной деятельности с использованием цифровых технологий, что будет подтверждено тестированием и анкетированием после эксперимента.

1. Аутлев А.А. Цифровая трансформация образования // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2022. №4 (309). – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-transformatsiya-obrazovaniya-1> (дата обращения: 30.04.2024).

2. Корчак К.И., Кульчицкий В.Е. Цифровизация и учебная дисциплина "Физическая культура": пути трансформации // Журнал педагогических исследований. – 2022. – Т. 7, № 1. – С. 42-46. – EDN FAJFHR.

3. Люлевич И.Ю., Дзигуа Д.В. Актуальные практики и инструменты физического воспитания в эпоху цифровых технологий: зарубежный опыт // Вестник МГПУ. Серия: Естественные науки. 2020. №4 (40). – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-praktiki-i-instrumenty-fizicheskogo-vozpitaniya-v-epohu-tsifrovyyh-tehnologiy-zarubezhnyy-opyt> (дата обращения: 27.04.2024).

4. Озерова О.А. Цифровые технологии в физическом воспитании студентов // Северный регион: наука, образование, культура. 2022. №1 (49). – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovye-tehnologii-v-fizicheskom-vozpitanii-studentov> (дата обращения: 02.05.2024).

5. Сомова А.Е. Цифровизация физической культуры и спорта // Актуальные проблемы педагогики и психологии. 2022. №4. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-fizicheskoy-kultury-i-sporta> (дата обращения: 27.04.2024).

6. Строков А.А. Цифровизация образования: проблемы и перспективы // Вестник Мининского университета. 2020. №2 (31). – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-obrazovaniya-problemy-i-perspektivy> (дата обращения: 27.04.2024).

7. Томюк О.Н., Дьячкова М.А., Кириллова Н.Б., Дудчик А.Ю. Цифровизация образовательной среды как фактор личностного и профессионального самоопределения обучающихся // ПНиО. 2019. №6 (42). – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-obrazovatelnoy-sredy-kak-faktor-lichnostnogo-i-professionalnogo-samoopredeleniya-obuchayuschih-sya> (дата обращения: 27.04.2024).

УДК 796.8

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ФЕДЕРАЛЬНЫХ СТАНДАРТОВ СПОРТИВНОЙ ПОДГОТОВКИ ПО ВИДУ СПОРТА «ДЗЮДО» И ПО СПОРТИВНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «ДЗЮДО» СПОРТА ЛИЦ С ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМИ НАРУШЕНИЯМИ

А.А. Шевцов, ст. преподаватель кафедры ФОСР
О.А. Барабаш, д-р пед. наук, профессор кафедры ФОСР

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

***Аннотация.** В статье представлен аналитический обзор нормативных документов, определяющих требования к срокам реализации этапов спортивной подготовки; объемам дополнительной образовательной программы спортивной подготовки; объемам соревновательной деятельности спортсменов; соотношению видов спортивной подготовки и иных мероприятий в структуре учебно-тренировочного процесса на этапах спортивной подготовки;*

нормативам общей физической и специальной физической подготовки для зачисления и перевода на этап начальной подготовки по виду спорта «дзюдо» и по спортивной дисциплине «дзюдо» спорта лиц с интеллектуальными нарушениями.

Ключевые слова: спорт лиц с интеллектуальными нарушениями, дзюдо, стандарты спортивной подготовки, учебно-тренировочный процесс.

COMPARATIVE ANALYSIS OF FEDERAL STANDARDS OF SPORTS TRAINING IN THE SPORT «JUDO» AND IN THE SPORT DISCIPLINE «JUDO» OF SPORTS OF PERSONS WITH INTELLECTUAL DISABILITIES

Abstract. The article presents an analytical review of regulations that define the requirements for the timing of the implementation of the stages of sports training; contents of additional educational program of sports training; contents of competitive activity of athletes; the relation between types of sports training and other activities in the structure of the educational and training process at the stages of sports training; standards of general and special physical training for enrollment and transfer to the stage of initial training in the sport “judo” and in the sports discipline “judo” of sports for people with intellectual disabilities.

Keywords: sport for people with intellectual disabilities, judo, sports training standards, educational and training process.

В настоящее время, активно идет развитие адаптивного спорта, расширяется перечень видов спорта включенных в программу летних и зимних Паралимпийских игр. Сегодня адаптивный спорт становится одним из важнейших, а в ряде случаев – наиболее эффективным и универсальным условием всесторонней реабилитации, адаптации и, в конечном итоге, социализации лиц с отклонениями в состоянии здоровья [1, с.25].

В 2018 году впервые вышел Федеральный стандарт спортивной подготовки по виду спорта «спорт лиц с интеллектуальными нарушениями» [2] в который были впервые включены спортивные единоборства тхэквондо и дзюдо, это сделало возможным развитие данного вида для лиц с интеллектуальными нарушениями (далее – ЛИН) в нашей стране.

От других видов борьбы дзюдо отличается меньшим применением физической силы при выполнении приёмов и большим разнообразием разрешённых технических действий.

С целью проведения сопоставленного анализа нормативных документов по виду спорта «дзюдо» и по спортивной дисциплине «дзюдо» спорта лиц с интеллектуальными нарушениями нами было проведено сравнение двух федеральных стандартов: федерального стандарта спортивной подготовки по виду спорта «дзюдо» [4] и федерального стандарта спортивной подготовки по виду спорта «спорт лиц с интеллектуальными нарушениями» [3]. Анализу были подвергнуты следующие компоненты:

- сроки реализации этапов спортивной подготовки;
- объемы дополнительной образовательной программы спортивной подготовки;
- объемы соревновательной деятельности спортсменов;
- нормативы общей физической и специальной физической подготовки для зачисления и перевода на этап начальной подготовки.

В результате было выявлено следующее: у детей с интеллектуальными нарушениями срок реализации спортивной подготовки не ограничивается на этапах начальной подготовки и спортивной специализации (ребенок может заниматься дзюдо в группе начальной подготовки много лет и не переходить на следующий этап); при сравнении возрастных границ проходящих спортивную подготовку мы видим, что набор в группы ЛИН по дзюдо начинается позже – с 9 лет, а по виду спорта дзюдо в 7 лет; также очевидна разница по наполняемости групп: группа начальной подготовки ЛИН разделена на временные этапы до года 8 человек, свыше года 6 человек, в группе начальной подготовки у дзюдоистов наполняемость 10 человек и количество уменьшается только при переходе на следующий этап подготовки.

При сравнении объема спортивной подготовки интересным является, тот факт, что на этапе начальной подготовки (свыше года) количество часов в год у ЛИН больше 416-468 чем по виду спорта дзюдо 312-416 хотя количество часов в неделю одинаковое.

Таблица 1

Сроки реализации этапов спортивной подготовки и возрастные границы лиц, проходящих спортивную подготовку, по отдельным этапам, количество лиц, проходящих спортивную подготовку в группах на этапах спортивной подготовки

Спорт лиц с интеллектуальными нарушениями» для спортивной дисциплины дзюдо				Вид спорта дзюдо				
Этап спортивной подготовки	Срок реализации этапов спортивной подготовки (лет)	Возрастные границы лиц, проходящих спортивную подготовку (лет)	Наполняемость (человек)		Этап спортивной подготовки	Срок реализации этапов спортивной подготовки (лет)	Возрастные границы лиц, проходящих спортивную подготовку (лет)	Наполняемость (человек)
Этап начальной подготовки	Не ограничивается	9	До года	8	Этап начальной подготовки	3-4	7	10
			Свыше 1 года	6				
Учебно-тренировочный этап	Не ограничивается	11	До 1 года	5	Учебно-тренировочный этап спортивной специализации)	3-5	11	6
			2-й и третий годы	4				
			4-й и последующие годы	3				
Этап совершенствования спортивного мастерства	Не ограничивается	13	1		Этап совершенствования спортивного мастерства	Не ограничивается	14	1
Этап высшего спортивного мастерства	Не ограничивается	15	1		Этап высшего спортивного мастерства	Не ограничивается	16	1

На учебно-тренировочном этапе и последующих этапах объем работы по виду спорта дзюдо выше, чем у ЛИН. Объем соревновательной деятельности по дзюдо ЛИН представлен в количестве схваток на каждом этапе подготовки, объем соревновательной деятельности по виду спорта дзюдо представлен в количестве соревнований на каждом этапе подготовки.

Таблица 2

Объем дополнительной образовательной программы спортивной подготовки для спортивной дисциплины «дзюдо» спорта лиц с интеллектуальными нарушениями

Этапный норматив	Спорт лиц с интеллектуальными нарушениями для спортивной дисциплины «дзюдо»					
	Этапы и годы спортивной подготовки					
	Этап начальной подготовки		Учебно-тренировочный этап (этап спортивной специализации)		Этап совершенствования спортивного мастерства	Этап высшего спортивного мастерства
	До года	Свыше года	До трех лет	Свыше трех лет	-	-
Количество часов в неделю	4,5-6	8-9	10-12	14-16	20-22	20-24
Общее количество часов в год	234-312	416-468	520-624	728-832	1040-1144	1040-1248

На этапе начальной подготовки по дзюдо ЛИН дети проводят всего 5 схваток а по виду спорта дзюдо до года 1 соревнования (по олимпийской системе до 6 схваток, в зависимости от количе-

ства спортсменов в весовой категории) свыше года 4 соревнований можно сделать вывод, что объем соревновательной деятельности уже на этапе начальной подготовки по виду дзюдо гораздо выше за четыре соревнования спортсмен может провести 24 схватки, а на последующих этапах разница объема соревнований еще выше.

Таблица 3

Объем дополнительной образовательной программы спортивной подготовки по виду спорта «Дзюдо»

Этапный норматив	Вид спорта дзюдо					
	Этапы и годы спортивной подготовки					
	Этап начальной подготовки		Учебно-тренировочный этап (этап спортивной социализации)		Этап совершенствования спортивного мастерства	Этап высшего спортивного мастерства
	До года	Свыше года	До трех лет	Свыше трех лет		
Количество часов в неделю	4,5-6	8-9	10-14	16-18	22-24	24-32
Общее количество часов в год	234-312	312-416	520-728	832-936	1040-1248	1248-1664

Таким образом сравнительный анализ двух этих документов позволяет заключить, что для лиц с интеллектуальными нарушениями предлагается более щадящий режим тренировочных нагрузок с меньшим количеством соревновательных схваток, вместе с тем общий объем тренировочной деятельности для спорта ЛИН и здоровых детей примерно одинаковый, количество переводных нормативов примерно в 3 раза меньше у ЛИН по виду спорта дзюдо. Разное время начала тренировочной деятельности и наполняемость групп.

1. Евсеев С.П., Ладыгина Е.Б. Современное состояние проблемы по научно-методическому сопровождению ВФСК ГТО для инвалидов трудоспособного возраста // Материалы IV «Всероссийской научно-практической конференции Всероссийский физкультурно-спортивный комплекс «Готов к труду и обороне» для инвалидов» (30 октября 2020 года) / Национальный государственный университет физической культуры, спорта и здоровья имени П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург. – Санкт-Петербург: [б.и.], 2020. – С. 25-33

2. Приказ Минспорта России № 19 «Об утверждении федерального стандарта спортивной подготовки по виду спорта «спорт лиц с интеллектуальными нарушениями» – Текст: электронный. – URL: https://www.rsf-id.ru/downloads/sportivnie_dokumenti/fssp_sporta_lin_2022.11.28-n1082.pdf (дата обращения 23.04.2024).

3. Приказ Минспорта России № 1082 «Об утверждении федерального стандарта спортивной подготовки по виду спорта «спорт лиц с интеллектуальными нарушениями» – Текст: электронный. – URL: https://www.rsf-id.ru/downloads/sportivnie_dokumenti/fssp_sporta_lin_2022.11.28-n1082.pdf (дата обращения 23.04.2024).

4. Приказ Министерства спорта РФ № 1074 «Об утверждении федерального стандарта спортивной подготовки по виду спорта «дзюдо» – Текст: электронный. – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/405876429/> (дата обращения 23.04.2024).

Секция. ПСИХОЛОГИЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ. ЛИЧНОСТЬ, ВОЗРАСТ, ПРОФЕССИЯ

УДК 159.9.072

ВЗАИМОСВЯЗЬ ТОЛЕРАНТНОСТИ К НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ И УРОВНЯ СОЦИАЛЬНОЙ ТРЕВОЖНОСТИ У СТУДЕНТОВ

Н.А. Азаров, магистрант

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. В статье представлены результаты изучения взаимосвязи между толерантностью к неопределенности и социальной тревожностью у студентов. Рассматривается развитие представлений о толерантности к неопределенности, распространенность социальной тревожности среди студентов, ее влияние на адаптацию. Проведено эмпирическое исследование толерантности к неопределенности и социальной тревожности, которое выявило определенные корреляции между показателями толерантности к неопределенности и социальной тревожности.

Ключевые слова: толерантность к неопределенности, социальная тревожность, студенты, социальные ситуации.

THE RELATIONSHIP BETWEEN INTOLERANCE OF AMBIGUITY AND THE LEVEL OF SOCIAL ANXIETY AMONG STUDENTS

Abstract. The article explores the relationship between intolerance of ambiguity and social anxiety among students. It examines the development of perceptions of intolerance of ambiguity, the prevalence of social anxiety among students, and its impact on adaptation. An empirical study of intolerance of ambiguity and social anxiety was conducted, revealing certain correlations between intolerance of ambiguity and social anxiety indicators.

Keywords: intolerance of ambiguity, social anxiety, students, social situations.

Актуальность. В наше время степень неопределенности жизни постоянно растет. Это в свою очередь вызывает частые столкновения обучающихся с ситуациями, которые можно классифицировать как «неопределенные».

В психологии толерантность к неопределенности определяют как способность человека принимать конфликт и напряжение, которые возникают в ситуации двойственности, противостоять не связанности и противоречивости информации, принимать неизвестное, не чувствовать себя неуютно перед неопределенностью (Т.В. Корнилова, 2010) [1, с. 75].

Способность молодых людей принимать такие ситуации, не испытывать высокого уровня стресса из-за них положительно влияет на личностное развитие и благополучие (Т.Н. Банщикова, 2022) [3, с. 732].

В свою очередь исследования отечественных ученых констатируют наличие корреляций между «толерантностью к неопределенности» и «личностной тревожностью» (Е.Н. Осин, 2010) [3, с. 84], а также «готовностью к риску» и «межличностной интолерантностью к неопределенности» (Т.В. Корнилова, 2010) [6, с. 76].

Социальная тревожность может являться одним из факторов, оказывающим негативное влияние на психологическое благополучие и успех в учебе у студентов. По данным исследования Е.Н. Кузнецовой и О.В. Хилько (Швецовой) (2020) более 12% студентов имели выраженные признаки социальной тревожности [5, с. 280].

Социальные ситуации могут являться одним из основных источников неопределенности, а излишний страх и тревога, характеризующие социальную тревожность, могут быть связаны и с толерантностью индивида к данным неопределенным ситуациям. Данное исследование может позволить ответить на вопрос есть ли взаимосвязь у этих явлений, что при положительном результате дает основания предполагать возможность влияния на уровень социальной тревожности студентов посредством развития у них толерантности к неопределенности.

Цель: исследование взаимосвязи толерантности к неопределенности и социальной тревожности у студентов.

Гипотеза: существует взаимосвязь между уровнем толерантности к неопределенности и уровнем социальной тревожности у студентов.

Задачи практики:

1) найти и проанализировать научную литературу, а также работы из периодических изданий и материалов конференций, затрагивающие вопросы особенностей толерантности к неопределенности, их взаимосвязь с явлением социальной тревожности;

2) провести эмпирическое исследование уровня толерантности к неопределенности и уровня социальной тревожности у студентов;

3) проанализировать полученные эмпирические данные посредством методов статистической обработки и сделать выводы об особенностях толерантности к неопределенности у студентов с разным уровнем социальной тревожности.

Эмпирические методики:

– «Шкала толерантности к неопределенности» Д. МакЛейна (адаптация Е.Г. Луковицкой, ревалидизация Е.Н. Осина);

– Шкала социальной тревожности Либовица, LSAS (Адаптация: И. В. Григорьева, С.Н. Ениколопов)

Методы статистической обработки: коэффициент ранговой корреляции Спирмена.

Эмпирическую выборку исследования составили 36 студентов (30 женщин и 6 мужчин) в возрасте от 18 до 34 лет.

Понятие «Толерантность к неопределенности» впервые возникло на стыке социальной психологии и социологии в середине XX века. Так Е. Frenkel-Brunswik 1948–1949 гг. пишет ряд публикаций на тему этнических стереотипов и авторитарности, в которых впервые предлагает понятия «толерантности к неопределенности» и «интолерантности к неопределенности» и процедуры для оценки данных конструкторов. В своей работе автор отмечает, что стереотипы и предрассудки наблюдаются у людей с тенденцией к однозначной категоризации других людей и ситуации (разделение всех оценок на полярные категории «черное – белое»). Е. Frenkel-Brunswik описывает тип личности с высоким уровнем «интолерантности к неопределенности», который помимо тенденции деления на «черное – белое» также характеризуется поспешностью выводов без учета большинства объективных факторов и стремлением либо к абсолютному принятию, либо к полному отвержению в отношении с окружающими. «Противоположный» тип личности, по мнению автора, наоборот обладает способностью воспринимать одновременно как положительные, так и отрицательные качества объекта [11, с. 137–141].

Впоследствии интерес к данному конструктору возрастает до 80-х годов 20-го века. Данный период изучения «толерантности/интолерантности к неопределенности» характеризуется дальнейшим определением характеристик данного явления, исследованием возрастных аспектов, разработкой новых шкал и методик диагностики [7, с. 79].

В 1993 г. D.L. McLain, указывая (как и А.Р. MacDonald) на отсутствие общего концепта в вопросе «толерантности к неопределенности», предпринимает попытку уточнения определения на основе существующих исследовательских работ и предлагает собственную методику диагностики (Multiple Stimulus Types Ambiguity Tolerance Scale-I, MSTAT-I). Методика показывает значимую валидность и степень корреляции с другими уже существующими методиками (IAS, S. Budner (1962) ($R=0,37$; $p < 0,05$); AT-20, А.Р. MacDonald (1970) ($R=0,58$; $p < 0,05$)), была апробирована на 148 американских студентах младших курсах. Новая методика позволила диагностировать отношение респондента к сложным задачам, новизне и неопределенным ситуациям, а также реакцию на возникновение подобных ситуаций (от отвержения от влечения к ним) [12, с. 185–187].

А.И. Гусев отмечает, что при переводе термина с английского языка, он приобретает новые смыслы и при этом утрачивает некоторые изначальные. Научный контекст интеграции «толерантности к неопределенности» связан прежде всего с доминированием деятельностного подхода, с включением «толерантности к неопределенности» в существующие модели или с использованием существующих конструкторов для объяснения данного понятия [2, с. 50].

На сегодняшний день в отечественной науке, как и в зарубежной так и не было сформировано единое представление о том, что же представляет из себя «толерантность к неопределенности». Начиная с 90-х годов XX века в процессе изучения «толерантности к неопределенности» возникает новый тренд. Некоторые исследователи предлагают рассматривать данный феномен не как черту личности, медленно и трудно поддающуюся изменениям, а как динамическую характери-

стику, которая может быть сформирована или развита, под влиянием определенных произвольных процессов (например, тренингов).

Явление социальной тревожности тесно связано с явлением застенчивости. Разные авторы предлагают разное объяснение понятия застенчивость. Так R. Crozier (1979) предлагает понимать застенчивость, как «тревогу и дискомфорт, связанные с оценкой авторитетными фигурами» [10, с. 960]. В свою очередь А.Н. Buss (1980) связывает застенчивость со «страхом любой негативной оценки» [9, с. 246].

Высокая распространенность данного явления также позволяет рассматривать социальную тревожность не только как психологический конструкт, но и как социальный феномен. Так исследование Р.А. Pilkonis и Р.С. Zimbardo (1979) на выборке из 817 студентов вузов более 40% респондентов охарактеризовали себя как застенчивых, из них 63% отметили, что эта черта затрудняет их социальное функционирование [13, с. 27]. По результатам исследования D.C. Beidel и S.M. Tumer (1998) 90% студентов колледжей в тот или иной период испытывали застенчивость [8, с. 211].

Немаловажным является вопрос адаптации студентов. Так, В.В. Краснова и А.Б. Холмогорова (2011) считают, что явление социальной тревожности негативно влияет на эмоциональную адаптацию и качество жизни студентов. Тревога студентов по мнению исследователей также обусловлена использованием менее конструктивных способов совладания со стрессом, чем у взрослых людей [4, с. 62].

По результатам обработки методики «Шкала толерантности к неопределенности» Д. Мак-Лейна (адаптация Е.Г. Луковицкой, ревалидизация Е.Н. Осина), большинство респондентов обладают средним уровнем толерантности к неопределенности (20 из 36 человек), при этом показатели варьируются от признака к признаку. Так большая доля испытуемых имеет средний уровень по показателям «отношение к новизне» (25 чел.), «отношение к сложным задачам» (23 чел.) и «отношение к неопределенным ситуациям» (24 чел.). Это свидетельствует о том, что большая часть респондентов воспринимает новизну, сложные задачи и неопределенные ситуации не как желаемые, но и не как психотравмирующие. Данные респонденты терпимо относятся к неопределенности, связанной с данными явлениями, однако не стремятся чаще сталкиваться с ними.

По результатам методики Шкала социальной тревожности Либовица, LSAS (Адаптация: И В. Григорьева, С.Н. Ениколопов) были получены следующие данные относительно выраженности социальной тревожности у респондентов (в соответствии с ключом для данной методики): 20 респондентов не имеют признаков социальной тревожности или они выражены в легкой степени, 11 респондентов имеют признаки среднего уровня социальной тревожности и 7 – выраженной социальной тревожности.

В результате обработки данных посредством критерия ранговой корреляции Спирмена были получены следующие корреляции. Общий показатель толерантности к неопределенности имеет прямую корреляцию с общим показателем социальной тревожности ($r=0,53$ $p=0,05$). Вероятно, данная корреляция обусловлена прямыми корреляциями следующих признаков: «Предпочтение неопределенности» и общего показателя по шкале «Избегание» ($r=0,66$ $p=0,01$), а также показателей «Межличностный контакт: избегание» ($r=0,64$ $p=0,01$) и «Общественные места: избегание» ($r=0,68$ $p=0,01$). Предпочтение неопределенности предполагает стремление к неопределенным и новым ситуациям, одновременно с этим избегание предполагает тенденцию ухода от определенных социальных ситуаций. Можно предположить, что люди, стремящиеся к неопределенности по какой-то причине склонны избегать социальных ситуаций межличностного общения и взаимодействия в общественных местах, ведь при увеличении уровня признака «предпочтение неопределенности» увеличивается и уровень признака «избегание». Не исключено что данная корреляция обусловлена каким-то третьим признаком связанным и с избеганием, и с предпочтением неопределенности. Возможно также что корреляция является случайной и нет никаких объективно существующих связей между данными психологическими явлениями. Также возможно, что корреляция может быть обусловлена особенностями выборки, например, преобладанием женщины над мужчинами, или какой-то другой не отмеченной исследователями особенностью. В таком случае можно предполагать обусловленность данной взаимосвязи гендерным аспектом.

В результате работы проведено исследование толерантности к неопределенности, определен уровень социальной тревожности у студентов. Выявлено что большинство респондентов обладают средним уровнем толерантности к неопределенности и не имеют выраженных признаков социальной тревожности. Отмечены выраженные прямые корреляции между признаками «Предпочтение неопределенности» и «Избегание» ($r=0,66$ $p=0,01$), «Межличностный контакт: избега-

ние» ($r=0,64$ $p=0,01$) и «Общественные места: избегание» ($r=0,68$ $p=0,01$), а также прямая корреляция между общим уровнем толерантности к неопределенности и социальной тревожности ($r=0,53$ $p=0,05$). Возможно, данные корреляции являются случайными или обусловлены взаимосвязью с каким-то третьим невыясненным признаком. Ответ на этот вопрос требует более глубокого исследования данного явления. Способом решения данной проблемы может стать увеличение количества респондентов и числа диагностических методик, для поиска общей связи данных феноменов с другими явлениями, что позволило бы более подробно объяснить полученные результаты.

Гипотезу о наличии взаимосвязи между уровнем толерантности к неопределенности и уровнем социальной тревожности можно считать подтвержденной, а цель исследования – достигнутой.

1. Банщикова Т.Н., Соколовский М.Л., Коростелева Т.В. Саморегуляция и толерантность к неопределенности как ресурсы субъективного благополучия современной молодежи: кросс-культурный // Вестник РУДН. Серия: Психология и педагогика. – 2022. – №4 – С. 717-743.

2. Гусев А.И. Толерантность к неопределенности как составляющая личностного потенциала // Личностный потенциал: структура и диагностика. – 2011. С. 300-329.

3. Корнилова Т.В. Новый опросник толерантности-интолерантности к неопределенности // Психологический журнал. – 2010. – № 1. – С.74-86.

4. Краснов В.В., Холмогорова А.Б. Социальная тревожность и студенческая дезадаптация // Психологическая наука и образование. – 2011. – № 1. – С. 50-63.

5. Кузнецова Е.Н., Хилько (Швецова) О.В. Психологические особенности проявления социальной тревожности, социофобии у студентов педагогического вуза как критерий комплексной безопасности образовательной среды / Е.Н. Кузнецова, // Проблемы современного педагогического образования. – 2020. – №69-3. – С. 278-281.

6. Осин Е.Н. Факторная структура версии шкалы общей толерантности к неопределенности Д. Мак-Лейна // Психологическая диагностика. – 2010, – №2, – С. 65-86.

7. Чагова М.А. История и современное развитие проблемы толерантности к неопределенности в психологической науке // РЕМ: Psychology. Educology. Medicine. – 2014. – №1. – С. 77-87.

8. Beidel D.C., Turner S.M. Shy children, phobic adult: Nature and treatment of social phobia. – Washington, DC: American Psychological Association, 1998. – 324 p.

9. Buss A.H. Self-consciousness and social anxiety. – San Francisco: Freeman, 1980. – 270 p.

10. Crozier R. Shyness as anxious self-preoccupation // Psychol. Reports. – 1979. – Volume 44. – PP. 959-962.

11. Frenkel-Brunswik E. Intolerance of Ambiguity as an Emotional and Perceptual Variable // Journal of Personality. – 1949. – Volume 18. – PP. 108-143.

12. Mclain D.L. The MSTAT-I: A new measure of an individual's tolerance for ambiguity // Educational and Psychological Measurement, 1993. Vol. 53 (1). P. 183-189.

13. Zimbardo P.G., Pilkonis P.A., Zimbardo P.G. Norwood Shackles of shyness // Psychology Today. – 1975. – Vol. 1, Number 6. – PP. 24-27.

УДК 159.9.072.432

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ СХЕМЫ И ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ ДИСРЕГУЛЯЦИЯ У ЖЕНЩИН

О.С. Бессонова, магистрант

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Аннотация. В данной статье представлены результаты исследования, в процессе которого были выявлены эмоциональные схемы, часто встречающиеся у женщин с высоким уровнем эмоциональной дисрегуляции. Эмоциональная дисрегуляция как система контроля и подавления эмоций имеет такие формы, как руминация, избегание и трудности ментализации. Когнитивные искажения, способствующие поддержанию паттернов дисфункциональной регуляции эмоций, могут быть представлены эмоциональными схемами.

Ключевые слова: эмоциональная дисрегуляция, эмоциональные схемы, эмоциональная дисрегуляция у женщин.

EMOTIONAL SCHEMAS AND EMOTIONAL DYSREGULATION IN WOMEN

Abstract. *The results of the article present studies that identified emotional patterns that are often found in women with high levels of emotional dysregulation. Emotional dysregulation as a system of control and suppression of emotions has such forms as rumination, avoidance and complex mentalization. Cognitive changes that contribute to the maintenance of patterns of dysfunctional emotion regulation may be manifested by emotional schemas.*

Keywords: *emotional dysregulation, emotional patterns, emotional dysregulation in women.*

Актуальность.

Начиная с 2020 года в мире было много неожиданных изменений, которые выбивали из привычного ритма, влияли на уровень комфорта и напрямую угрожали здоровью и жизни человека и его близких. [1] В процессе подобных изменений на женщин увеличивается нагрузка, т.к. многое в организации быта семьи и заботы о близких ложится на их плечи. Высокая занятость во всех сферах жизни – это стандартный режим современной женщины. В процессе глобальных изменений осложняется долгосрочное планирование. И всё это повышает уровень стресса и тревоги. Эмоциональная сфера жизни женщины обуславливает то, как она справляется со стрессом и изменениями, как она реагирует на внешние стимулы и какие решения принимает. [2] Умение регулировать свои эмоции выступает важным инструментом для поддержания жизненного баланса. При этом увеличение уровня эмоциональной дисрегуляции, способствует снижению качества жизни. В этом процессе эмоциональные схемы являются тем когнитивным аспектом, который поддерживают увеличение уровня эмоциональной дисрегуляции.

Проблема: недостаточная изученность форм эмоциональной дисрегуляции у женщин.

Цель: Выявить эмоциональные схемы, поддерживающие высокий уровень эмоциональной дисрегуляции.

Объект: эмоциональная дисрегуляция у женщин

Предмет: эмоциональные схемы в структуре эмоциональной дисрегуляции.

Исследования эмоциональной дисрегуляции.

Определение эмоций до сих пор остаётся предметом исследований и дискуссий, в зависимости от теорий, на которые опираются авторы. К. Изард описал эмоции как то, что переживается как чувство, которое мотивирует, координирует и направляет познавательные процессы, мышление и поведение. [3] Определение регуляции эмоции дал Джеймс Гросс, где обозначил её как динамическую систему, направленную на модуляцию, идентификацию, оценку и выражение эмоций, а также способность контролировать эмоции в соответствии с ситуацией и целями [4].

Эмоциональная дисрегуляцию можно описать как систему, которая контролирует и подавляет эмоции с целью уменьшения отрицательных последствий от воздействия эмоций [4]. Марша Линехан отмечает, что эмоциональная дисрегуляция может быть следствием эмоциональной уязвимости и проявляется в широком диапазоне эмоциональных переживаний и сложностях с изменением элементов эмоциональной реакции, в зависимости от ситуации [5].

Выбор стратегий регулирования эмоций тесно связан с субъективным представлением об умении и не способности управлять своими эмоциями. Представление о понимании своих эмоций в структуре эмоционального интеллекта так же связано со стратегиями регуляции эмоций [6].

Выделяют несколько возможных причин развития эмоциональной дисрегуляции. Среди них биологические факторы такие как врождённая генетическая предрасположенность, которая может включать изменённую активность нейротрансмиттеров или повышенную реактивность лимбической системы. Травматический опыт вследствие взаимодействия с окружающей средой и неблагоприятные условия в детстве могут способствовать снижению навыков регуляции эмоций. Отсутствие внимания к навыкам управления своими эмоциями в процессе воспитания и поощрения деструктивных паттернов поведения поддерживают этот процесс [5].

Обобщая вышеизложенное, можно сделать вывод, что эмоциональная дисрегуляция является неспособностью управлять эмоциями и контролировать своё поведение во время сильного эмоционального напряжения [7].

Н.А. Польская и А.Ю. Разваляева выделяют три формы эмоциональной дисрегуляции:

1) избегание – уход от контакта с конкретными эмоциями вследствие субъективного отношения к ним как к способным причинить боль и вред.

2) руминация – это застревание на эмоционально насыщенных переживаниях, повторное возвращение к ним, фокусировка на негативных эмоциях.

3) трудности ментализации проявляются в неспособности понимать свои и чужие эмоции, в ощущении потери контроля над ними, в ухудшении способности адекватно интерпретировать свой опыт и поведение окружающих, в ощущении беспомощности перед эмоциями [4].

Формы эмоциональной дисрегуляции напрямую связаны с когнитивными искажениями, дефицитами, импульсивностью и ригидностью аффективных реакций. Когнитивные искажения, способствующие поддержанию паттернов дисфункциональной регуляции эмоций, могут быть представлены эмоциональными схемами.

Теория эмоциональных схем, созданная Робертом Лихи говорит о том, что у людей отличается оценка допустимости и постыдности различных эмоций в зависимости от их опыта переживания эмоций. Так же, различны их прогнозы в отношении продолжительности и пагубности воздействия эмоций. Присутствуют разнообразные стандарты выражения эмоционального опыта и уровни его приемлемости [8].

Эмоциональный опыт будет следовать за интерпретацией эмоции даже в случае биологически обусловленных эмоций. Аффективное прогнозирование, склонность концентрироваться на отдельной характеристике события, предубеждение воздействия, аффективная эвристика, игнорирование способности справляться с негативными событиями – всё это приводит к избыточной эмоциональной реакции. Модель эмоциональных схем предполагает, что у некоторых людей происходит метаэкспериментальная обработка собственных эмоций. Роберт Лихи выделил 28 схем, показывающих внутренне отношение к эмоциям и предпочтительные стратегии их регулирования [8].

В данном исследовании мы проследим, какие эмоциональные схемы, поддерживают высокий уровень эмоциональной регуляции у женщин.

Метод.

Выборка составила 216 женщин. Возраст от 19 до 65 лет. От 19 до 29 лет – 34 человека, от 30 до 40 лет – 119 человек, от 41 до 51 года – 44 человека, от 52 до 65 лет – 18 человек.

Использовали вербальные опросники: Опросник эмоциональной дисрегуляции Н.А. Польской и А.Ю. Развальяевой и Опросник эмоциональных схем Р. Лихи.

Результаты по опроснику эмоциональной дисрегуляции показали нормальное распределение (рис. 1).

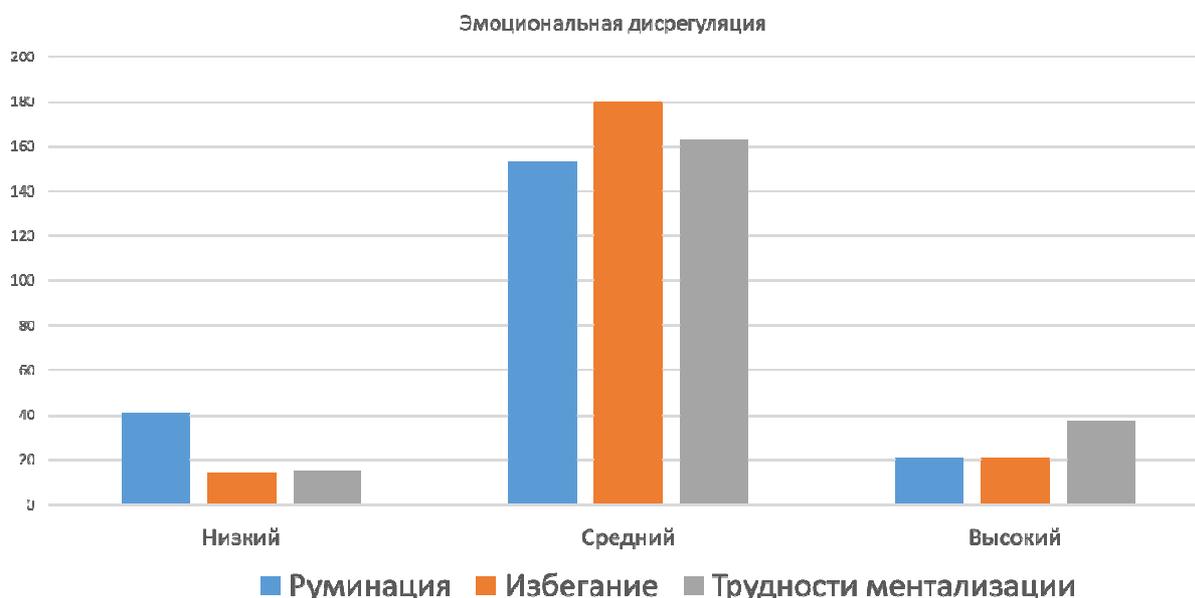


Рис. 1. Распределение показателей эмоциональной дисрегуляции

Высокий уровень трёх форм эмоциональной дисрегуляции был установлен у 21 женщины в форме руминация, у 21 женщины в форме избегание и у 37 женщин в форме трудности ментализации (табл. 1).

Таблица 1

Количество женщин с разными уровнями эмоциональной дисрегуляции

Показатели	Руминация	Избегание	Трудности ментализации
Низкий	41	14	15
Средний	153	180	163
Высокий	21	21	37

При анализе эмоциональной дисрегуляции рассматривают проявленность трёх её форм: избегание, руминация и трудности ментализации. В данной статье мы рассмотрим, какие схемы чаще всего встречаются при высоком уровне руминации. Застревание на негативно окрашенном эмоциональном опыте и постоянная сконцентрированность на тяжёлых переживаниях усложняет процесс выхода в адаптивные стратегии эмоционального регулирования. Был использован опросник эмоциональных схем Р.Лихи, значимыми считаются схемы, в ответе на вопросы, о которых, были выбраны варианты «В целом верно» и «Абсолютно верно».

Эмоциональные схемы, которые чаще всего встречаются в группе с высоким уровнем руминации табл. 2.

Таблица 2

Эмоциональные схемы в группе с высоким уровнем руминации

Название схемы	Кол-во людей
1. Я часто спрашиваю себя: «Что со мной не так?»	10
2. Другие люди заставляют меня испытывать неприятные эмоции.	10
3. Когда у меня плохое настроение, я часто сижу в одиночестве и думаю о том, как плохо я себя чувствую.	10
4. Я предпочитаю однозначно понимать, что я чувствую в отношении другого человека.	12

Схемы, которые чаще встречаются, в группе с низким уровнем руминации показаны в табл. 3.

Таблица 3

Эмоциональные схемы в группе с низким уровнем руминации

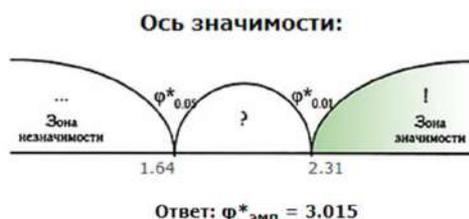
Название схемы	Кол-во людей
1. Сильные эмоции длятся недолго.	23
2. Я принимаю свои чувства.	32
3. Я думаю, что испытываю те же чувства, которые могут испытывать и другие люди.	31
4. В жизни существуют более высокие ценности, к которым нужно стремиться несмотря на неприятные эмоции.	26

Для дальнейшего анализа была выбрана схема, которая чаще всего встречалась в группе с высоким уровнем руминации. И не встречалась в выраженной форме в группе с низким или средним уровнем. Это схема «Другие люди заставляют меня испытывать неприятные эмоции».

Был произведён расчёт критерия Фишера (рис. 2).

При расчёте Критерия Фишера были установлены достоверные различия между группой с высоким и низким уровнем руминации в присутствии выраженного уровня схемы «Другие люди заставляют меня испытывать неприятные эмоции». Что может говорить о внешнем локусе контроля [9]

Группы	"Есть эффект": задача решена	"Нет эффекта": задача не решена	Суммы
	Количество испытуемых	Количество испытуемых	
1 группа	10 (47.6%)	11 (52.4%)	21 (100%)
2 группа	5 (12.2%)	36 (87.8%)	41 (100%)



Ответ: $\varphi^*_{\text{эмп}} = 3.015$

Полученное эмпирическое значение φ^* находится в зоне значимости. H_0 отвергается

Рис. 2. Расчёт критерия Фишера для двух групп

Вывод.

В процессе исследования было выявлены эмоциональные схемы, поддерживающие высокий уровень руминации в структуре эмоциональной дисрегуляции. Схема, которая чаще всего встречается при высоком уровне эмоциональной дисрегуляции в форме руминация – «Другие люди заставляют меня испытывать неприятные эмоции». На основании этого можно предположить, что перенос ответственности за возникновение эмоций на других людей провоцирует застревание и повторение данного опыта.

1. Лисовская Е.Э. Информационный стресс в период пандемии COVID-19. Материалы XXI Всероссийской с международным участием научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых учёных. – Иркутск, 2022 г.
2. Теняева О.В. Эмоциональная сфера жизни женщин среднего возраста как проблема психологического исследования. Сборник материалов III Всероссийского симпозиума психологов. Ч. III. – Рязань, 2022
3. Изард К.Э. Психология эмоций. Мастера психологии. – Санкт-Петербург: Питер, 1991. 30 с.
4. Польская Н.А., Разваляева А.Ю. Разработка опросника эмоциональной дисрегуляции // Консультативная психология и психотерапия. 2017. Т. 25. № 4. С. 71–93. doi: 10.17759/сpp.201725040
5. Лайнен М.М. Когнитивно-поведенческая терапия пограничного расстройства личности // Диалектика-Вильямс, 1993. – 68 с.
6. Дорошева Е.А. Стратегии эмоциональной регуляции в структуре эмоционального интеллекта. – Новосибирск: Новосибирский государственный университет, 2019.
7. Яцковская А.А. Понятие эмоциональной дисрегуляции в научной психологии // Актуальные вопросы науки. 2024. –183 с.
8. Лихи Р. Терапия эмоциональных схем. – Санкт-Петербург: Питер, 2019. – 153 с.
9. Леднева Т.С., Чернявская В.С. Связь локуса контроля с ранними дезадаптивными схемами у людей с высоким уровнем тревожности // Научно-методический электронный журнал "Концепт". – 2024. – № 2. – С. 236-241. – DOI 10.24412/2304-120X-2024-12004.

УДК 159.9

ГРАФОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КАК МЕТОД ПСИХОДИАГНОСТИКИ ПРИ ОПРЕДЕЛЕНИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ЗНАЧИМЫХ КАЧЕСТВ

С.Р. Быкова, бакалавр

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

***Аннотация.** В статье рассматривается графологический анализ как метод психологической диагностики, который позволяет определить профессионально-значимые качества лично-*

сти при помощи анализа почерка. Данный метод будет полезен для специалистов в работе с молодежью, поскольку их работа предполагает собой деятельность, направленную на помощь молодым людям определить свои навыки и умения, а также предоставить им возможность развивать их в правильном направлении. Статья подчеркивает важность графологического анализа для определения потенциальных способностей и склонностей человека к определенной профессии. Это может помочь в выборе карьерного пути, а также в повышении эффективности работы сотрудников и улучшении управления персоналом. Особое внимание уделяется исследованию оценки студентов ВВГУ данного психологического метода психологической диагностики.

Ключевые слова: графологический анализ, психодиагностика, профессионально-значимые качества, профессиональная ориентация, молодежь.

GRAPHOLOGICAL ANALYSIS AS A METHOD OF PSYCHODIAGNOSTICS IN DETERMINING PROFESSIONALLY SIGNIFICANT QUALITIES

Abstract. *The article deals with graphological analysis as a method of psychological diagnostics, which allows to determine professionally significant qualities of personality by analyzing hand-writing. This method will be useful for specialists in working with youth, as their work involves activities aimed at helping young people to identify their skills and abilities, as well as giving them the opportunity to develop them in the right direction. The article emphasizes the importance of graphological analysis in determining a person's potential aptitude and aptitude for a particular profession. This can help in choosing a career path, as well as in improving employee performance and human resource management. Special attention is paid to the study of VVSU students' evaluation of this psychological method of psychological diagnostics. .*

Keywords: *graphological analysis, psychodiagnostics, professionally significant qualities, professional orientation, youth.*

Молодежь – социально-демографическая группа, отличающаяся конкретными возрастными рамками и статусом в обществе. Организация работы с данной группой предполагает собой деятельность, направленную на решение различных задач в рамках молодежной политики во всех сферах общества, а также взаимодействие с государственными организациями, общественными институтами, различными объединениями. Основными направлениями данной деятельности являются следующие аспекты: реализация инновационного потенциала, расширение возможностей при определении путей достижения личного успеха, а также создание условий для нравственно-духовного и физического развития, на основе которых молодые люди могут самореализовываться [1, с. 1]. Для достижения вышеперечисленных аспектов, специалисту необходимо обладать различными навыками и умениями в сфере психологической диагностики.

Согласно литературе, психологический инструментарий специалиста по работе с молодежью включает в себя личностные, коммуникативные, когнитивные, презентационные, материально-технические инструменты, а также эмпатические данные [2, с. 1, 2]. Обращая внимание на когнитивные навыки, можно отметить важность данного инструмента, поскольку он создает основу профессионализма в сфере работы с молодыми людьми. Таким образом, правильное использование собственных знаний и умений поможет добиться высокой продуктивности работы.

Мерзлякова И.Л. уточняет, что организация работы с молодыми людьми не только формирует социально-ответственную молодежь, но и направлена на создание условий для более эффективной реализации социальных функций с учетом интересов, потребностей и инициатив [3, с. 2].

Следует обратить внимание на то, что для достижения определенных целей в деятельности, связанной с реализацией потенциала, определением путей достижения успеха, а также создания условий для самореализации, важно уметь найти подход к молодежи, на которую направлены мероприятия специалиста, и знать способы анализа личности человека для подбора верного плана работы. Одним из известных способов исследований человеческого характера является графологический анализ. Таким образом, исходя из этого, вытекает актуальность данного исследования.

Графология представляет собой метод психологической диагностики, который основывается на анализе почерка, графические проявления которого возникают при взаимодействии различных актов человека при написании текста [4, с. 1]. Почерк помогает больше узнать об эмоциональном и физическом здоровье, образе мыслей, способностях и талантах, степени целеустремленности, навыках общения и т.д.

А.Р. Хасанова, В.Г. Зульфалиева, И.Е. Козырева установили, что при помощи графологического анализа возможно выявить тип темперамента личности. Авторы обращают внимание на то, что умение анализировать почерк существенно дополняет инструментарий специалистов, чья деятельность связана с изучением и исследованием человека, а также значительно расширяет их теоретические и практические возможности в профессиональной сфере [5, с. 3].

По мнению такого автора, как М.К. Цуцкова, графологический анализ может использоваться при оценке личности в сфере деятельности человека, где происходит взаимодействие людей друг с другом. Данная методика может быть применима в следующих областях: подбор персонала, оценивание порядочности и честности, профессиональное ориентирование, организационное обучение для выяснения сильных и слабых сторон сотрудников, а также потенциальных и мотивационных возможностей [6, с. 2].

Сравнивая графологию с другими методами психодиагностики, А.Р. Магомедов и Г.К. Исакова выделяют ее основные преимущества, среди них: возможность оценивать абсолютно неизвестных прежде людей, объективность оценки изучаемого кандидата, возможность проведения анализа дистанционно, оперативность и допустимость изучения перспектив роста в той или иной сфере [7, с. 2].

Рассматривая графологический анализ как метод изучения личности, Е. Исаева обращает внимание на то, что импульсы мозга тесно связаны с почерком, благодаря чему ученым удается указать на то или иное проявление настроения, эмоционально-психическое и физическое состояние конкретного человека [8].

Таким образом, проанализировав литературу, можно подвести следующий итог: графологический анализ является эффективным инструментом в процессе профессионального самоопределения молодежи, поскольку с его помощью возможно построение верного пути достижения различных целей, возникающих у них в процессе самоопределения в жизни.

Работа с молодыми людьми предполагает собой различного рода деятельность, в том числе профессиональное ориентирование, которое представляет собой систему мероприятий, направленных на подготовку молодежи к выбору профессии, а также на оказание помощи в процессе профессиональной самоидентификации и последующего трудоустройства. Для проведения данного мероприятия, специалисту необходимо использовать разнообразные методы психологической диагностики для определения профессионально-значимых черт, один из них – графологический анализ.

Для тщательного изучения эффективности данного средства исследования характеристик человека в деятельности, связанной с профориентацией, был проведен социально-психологический опрос, при помощи которого удалось получить нужные данные для проведения пилотажного исследования, целью которого является определение результативности графологии как метода психодиагностики в процессе определения профессионально-значимых черт личности. Учитывая, что не все обучающиеся обладают базовой информацией о графологическом анализе, была проведена лекция, направленная на расширение знаний об этой сфере в психологической деятельности.

В качестве генеральной совокупности была рассмотрена численность всех студентов бакалавриата Владивостокского государственного университета (далее ВВГУ), обучающихся по направлениям «Организация работы с молодежью», «Психология» и «Педагогическая деятельность». Выбор обусловлен тем, что дальнейшая деятельность обучающихся на перечисленных профессиональных образовательных программах направлена на работу с молодежью и может быть связана с профориентационной деятельностью. Выборка проведенного социологического опроса составила 148 человек.

Половозрастные характеристики респондентов распределены следующим образом: 20,3% юношей и 79,7% девушек; из них 20,9% обучающиеся направления «Организация работы с молодежью», 45,9% – «Психология», 33,1% – «Педагогическая деятельность». Помимо этого, отмечается, что 23,6% обучающиеся 1 курса, 59,5% – 2 курс, 12,2% – 3 курс, 4,7% – 4 курс.

Студентам ВВГУ, участвовавшим в исследовании, был задан вопрос о предпочитаемом способе ведения записей. Большинство опрошенных (58,1%) отдают предпочтение записным книгам, блокнотам и листам бумаги, 29,1% – используют электронные носители. Также стоит обратить внимание на то, что присутствует доля респондентов (7,4%), которые выбирают оба варианта ведения записей. 5,4% не составляют списки заметок. С полученными результатами можно ознакомиться на рис. 1.



Рис. 1. Процентное соотношение мнений о предпочитаемом способе ведения записей

При анализе ответов на вопрос «Нравится ли Вам собственный почерк?», было установлено, что 71,7% опрошенных студентов положительно относятся к собственному почерку, 28,4% – наоборот. Вероятно, что данная тенденция сохраняется вследствие разной точки зрения, касаемо эстетических качеств. Полученные данные отражены в диаграмме, представленной на рис. 2.

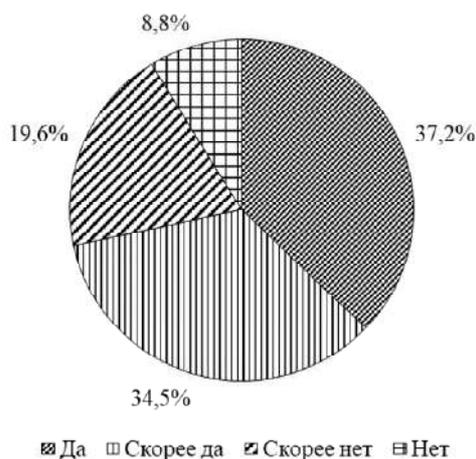


Рис. 2. Отношение респондентов к собственному почерку в процентном соотношении

Далее, в процессе анкетирования, респондентам было предложено определить достоинства и недостатки графологического анализа: необходимо выбрать наиболее подходящие характеристики из предложенных, а также давалась возможность предложить свои.

Рассматривая положительные стороны графологического анализа, можно определить, что наиболее популярными характеристиками стали «Простота использования» (37,8%) и «Невербальная коммуникация» (30,2%). При анализе характеристик, предложенных участниками анкетирования, можно выделить «Разностороннюю направленность и большую возможность для изучения характеристик человека». Важно отметить, что именно многогранная направленность данного метода позволяет изучать различные аспекты личности. Подробнее с полученными данными можно ознакомиться в табл. 1.

Таблица 1

Достоинства графологического анализа

Вариант ответа	Количество респондентов, %
Простота использования	37,8
Невербальная коммуникация	30,2

Вариант ответа	Количество респондентов, %
Точность анализа	16,7
Отсутствие субъективности	14,2
Другое	1,1

Изучая ответы респондентов, было замечено, что среди недостатков графологического анализа, предложенных на выбор в анкете, наиболее приоритетными ответами являются «Возможность подделывания почерка» (31,1%) и «Ограниченная точность» (26%). Также студенты ВВГУ считают, что псевдонаучность учения – негативная характеристика. Стоит обратить внимание на то, что данные недостатки можно преодолеть путем совершенствования методов анализа и обучения специалистов, которые будут его использовать. Результаты представлены в табл. 2.

Таблица 2

Недостатки графологического анализа

Вариант ответа	Количество респондентов, %
Ограниченная точность	26
Отсутствие стандартизации	21,5
Возможность подделывания почерка	31,1
Зависимость от контекста	20,1
Другое	1,3

Рассматривая вопрос об эффективности графологического анализа в различных сферах организации работы с молодежью, опрошенным было предложено оценить по пятибалльной шкале результативность в следующих направлениях: оценка личностных качеств, профессиональное ориентирование, отбор молодых специалистов на различные должности и развитие коммуникативных навыков. Относительно низкую оценку можно объяснить тем, что студенты не обладают широкими знаниями, с помощью которых возможно объективно оценить данный метод психологической диагностики. С данными, полученными в процессе социологического опроса, можно ознакомиться в табл. 3.

Таблица 3

Эффективность графологического анализа в различных направлениях деятельности специалиста по работе с молодежью

Сфера деятельности	Средний балл
Оценка личностных качеств молодежи	3,5
Профессиональное ориентирование молодежи	3,1
Отбор молодых специалистов на различные должности	3,1
Развитие коммуникативных навыков молодежи	3,2

50,7% респондентов использовали бы графологический анализ в своей профессиональной деятельности, связанной с молодежью в целом. 49,4% – напротив – не хотели бы применять данный метод психологической диагностики. Таким образом, результат исследования показывает, что графологический анализ имеет потенциал для использования в профессиональной деятельности, связанной с работой с молодыми людьми. Однако важно понимать, что для обеспечения точности и надежности результатов, необходимо обучить специалистов, которые будут использовать графологический анализ. С полученными данными можно ознакомиться на рис. 3.

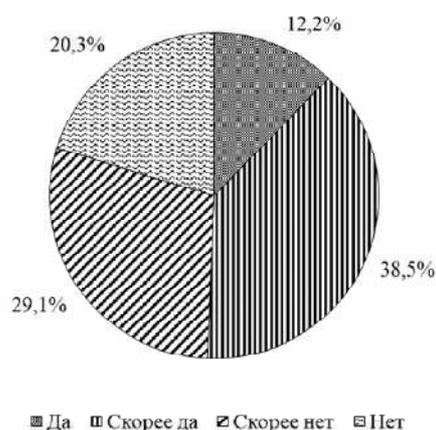


Рис. 3. Процентное соотношение мнений респондентов о возможном использовании графологического анализа в своей профессиональной деятельности

Учитывая, что профессиональная ориентация направлена на помощь человеку найти подходящую профессию, основываясь на его личностных характеристиках, мировоззрении и личном опыте, следует выявить профессионально-личностные черты, которые присущи представителю тому или иному направлению трудовой деятельности. Помимо этого, стоит учитывать, что различные особенности почерка соответствуют той или иной черте в характере личности.

Согласно книге о графологическом анализе Е. Исаевой, характеристики почерка включают в себя следующие позиции:

- организованность;
- размеры почерка;
- линии и их направленность;
- интервалы между строчками и отдельными буквами;
- ширина букв;
- формы в почерке;
- нажим при почерке;
- наклон букв;
- направление письма;
- скорость написания;
- зональное распределение букв;
- начальные и конечные штрихи [8].

В таблице 4 представлены важные профессионально-личностные качества личности, необходимые для достижения успеха в профессии, среди которых были выбраны такие должности, как специалист по работе с молодежью, юрист, педагог, специалист по бизнес-информатике и экономист, а также примеры особенностей почерка, указывающих на присутствие тех или иных характеристик личности.

Таблица 4

Примеры требуемых профессионально-личностных качеств и, указывающих на них, характеристик почерка

Должность	Требуемые качества	Характеристики почерка
Специалист по работе с молодежью	Коммуникабельность, организаторские способности, эмпатия и чуткость	Крупный размер почерка, присутствуют гирлянды, правый наклон, интервалы между буквами и словами стабильны
Юрист	Внимание к деталям, эмоциональная стабильность, ответственность	Хорошо организованный мелкий почерк, линия письма четко пересекает страницу поперек, большой интервал между строчками
Педагог	Терпение, лидерские способности, творческий потенциал	Сильный нажим, широкие петли букв в верхней и нижней зонах, интервалы между буквами и словами стабильны, основная линия письма ровная

Должность	Требуемые качества	Характеристики почерка
Специалист по бизнес-информатике	Гибкость, аналитический склад ума, системное мышление	Размеры букв могут меняться даже в пределах одного предложения, небольшой изгиб воображаемой линии, углы букв направлены вниз
Экономист	Логичность мышления, самоорганизованность, способность грамотно излагать свою точку зрения	Средний размер почерка, буквы написаны слитно, присутствуют аркады, быстрая скорость написания

Для исследования и последующего написания статьи, были взяты почерки студентов ВВГУ, обучающихся по направлениям «Организация работы с молодежью», «Юриспруденция», «Педагогическая деятельность», «Бизнес-информатика» и «Экономика», для последующего анализа и определение присутствия профессионально-личностных характеристик, требуемых в трудовой деятельности.

Для исследования подойдут письма, списки покупок, подписи, короткие записки и т.д., поскольку именно с их помощью наиболее полно отражаются истинные мысли и чувства автора. Обычная бумага будет предпочтительнее, чем линованная – у человека появляется больше свободы в написании текста. Помимо этого, важно, чтобы строчки, взятые для анализа, были написаны той ручкой, которой автор пользуется на постоянной основе [8].

Учитывая, что графологический анализ не имеет единой структуры описания почерка, поскольку является псевдонаучным учением, в качестве инструмента для интерпретации была выбрана книга Е. Исаевой «Графология – ключ характера».

На рисунке 4 представлен почерк респондента женского пола, обучающуюся по направлению подготовки «Организация работы с молодежью». Анализируя данный пример, можно составить следующий психологический портрет личности, выделяя, важные для профессии, черты: такой человек может найти компромисс между мыслительными процессами и активным действием, стабилен в межличностных отношениях, расположен к новым знакомствам – данные характеристики, отраженные в почерке хорошо развитой нижней зоны, средним междустрочным интервалом, а также стабильными промежутками между словами, важны для специалиста в работе с молодежью. Помимо этого, респондента можно описать как человека с развитым воображением и стремящегося к живому общению с окружающими.

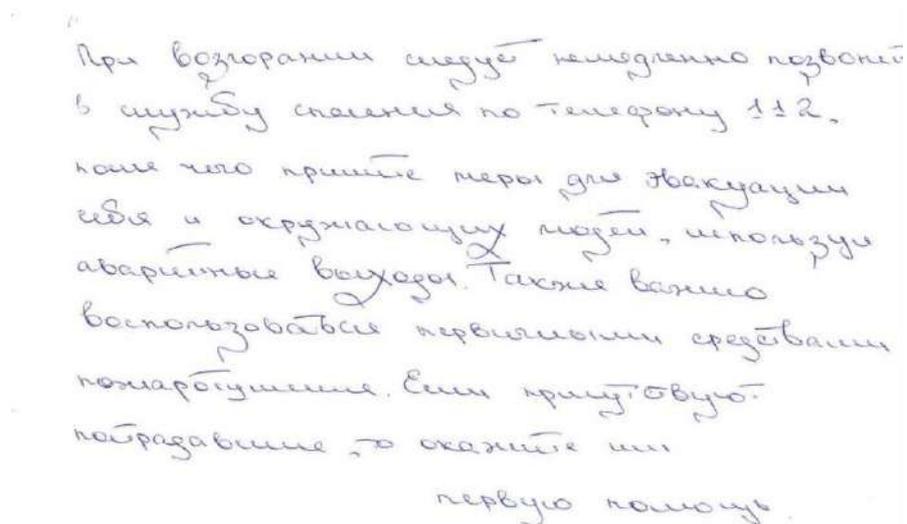
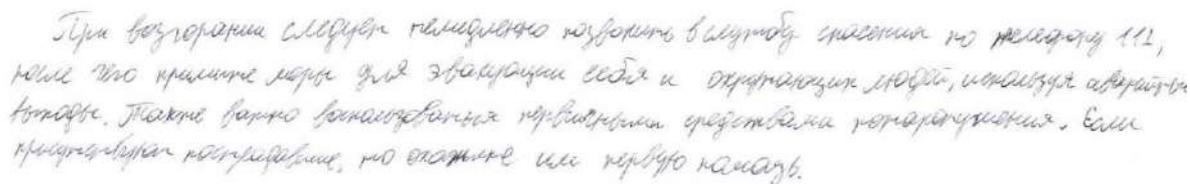


Рис. 4. Пример почерка респондента женского пола, обучающегося по направлению «Организация работы с молодежью»

Обращаясь к рисунку 5, на котором показан почерк респондента мужского пола, обучающегося по направлению «Организация работы с молодежью», стоит обратить внимание на следующие характеристики, являющиеся важными для данного рода деятельности: мелкий почерк указывает на умение мыслить и учитывать детали, постоянство чувств и эмоций, но также, обращая внимание на узкий интервал между отдельными буквами, стоит учесть, что этот человек

является интровертом, который подходит к другим людям с осторожностью и отличается нерешительностью, однако обычно такие персоны отличаются дружелюбностью и способностью к сочувствию.



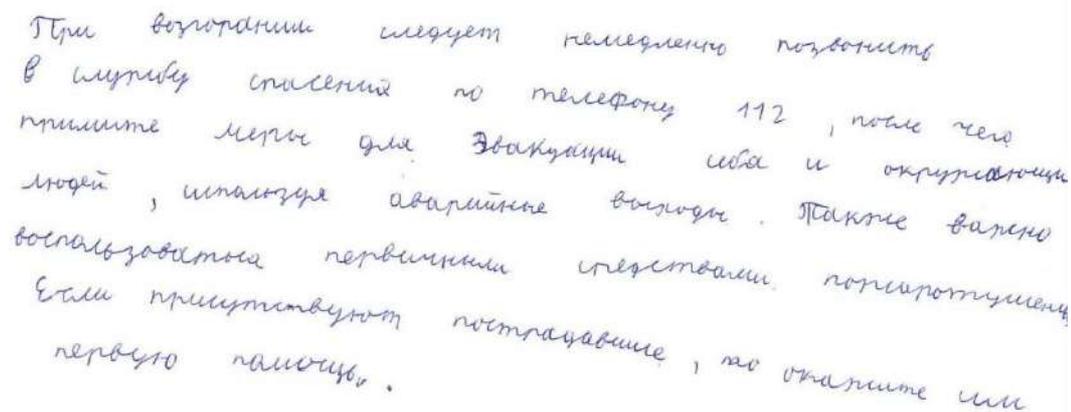
При возгорании следует немедленно позвонить в службу спасения по телефону 112, после чего принять меры для эвакуации себя и окружающих людей, используя аварийные выходы. Также важно воспользоваться первичными средствами пожаротушения. Если присутствуют пострадавшие, то окажите им первую помощь.

Рис. 5. Пример почерка респондента мужского пола, обучающегося по направлению «Организация работы с молодежью»

Оба почерка студентов, обучающихся по направлению подготовки «Юриспруденция», представленных на рисунках 6–7, указывают на то, что его обладатели склонны сосредотачиваться на деталях – данная черта является важной для юриста. Помимо этого, стоит обратить внимание на то, что оба примера характеризуются наличием поступательного логического мышления: такие люди, как правило, обоснованно мыслят и склонны выстраивают логическую цепочку того или иного события.

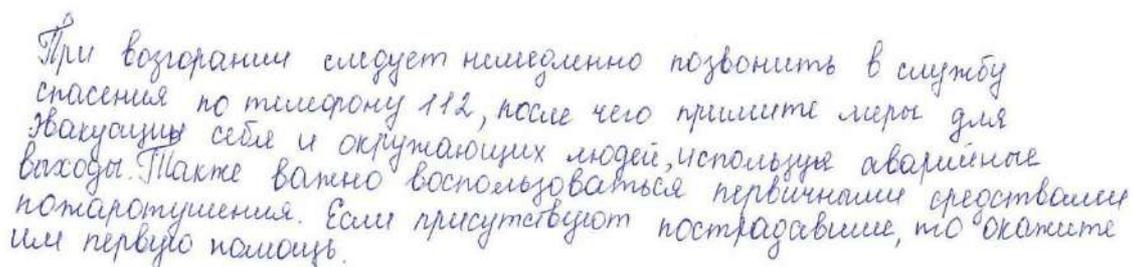
Если детально изучить пример почерка респондента мужского пола, изображенного на рисунке 6, то стоит обратить внимание на линию, идущую вниз, мелкий размер букв и общую неорганизованность текста на листе бумаги, что характеризует человека, направленного на пессимистичный взгляд на жизнь, нерешительность, тенденции на сосредоточении на внутреннем мире.

Участника исследования женского пола, рукописный текст которого представлен на рисунке 7, отличает то, что данная персона характеризуется положительным и интеллектуальным типом личности – такие люди ищут разнообразия и нередко бывают заняты сразу в нескольких сферах человеческой деятельности – на это указывает ярко выраженный интервал между строчками, при котором петли букв попадают на нижнюю строчку.



При возгорании следует немедленно позвонить в службу спасения по телефону 112, после чего принять меры для эвакуации себя и окружающих людей, используя аварийные выходы. Также важно воспользоваться первичными средствами пожаротушения. Если присутствуют пострадавшие, то окажите им первую помощь.

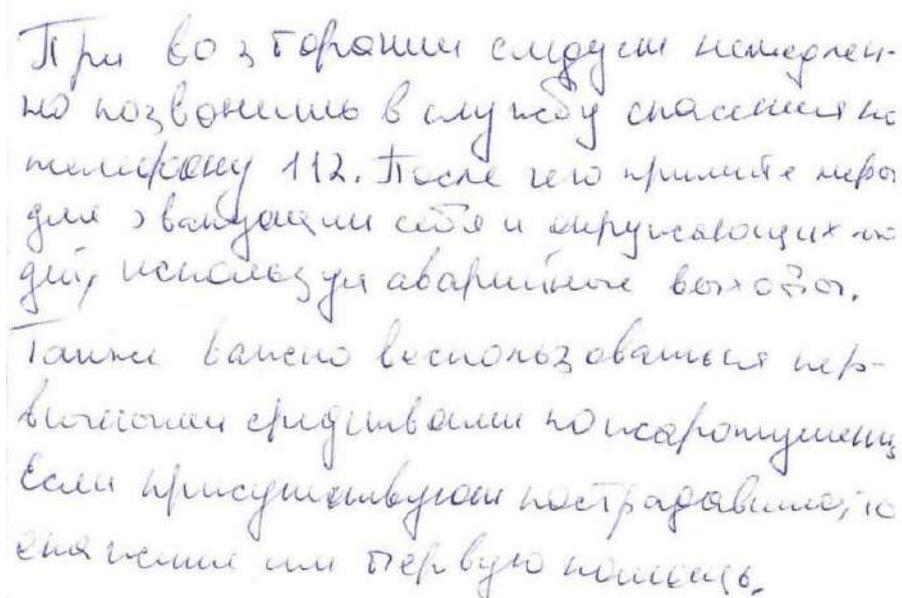
Рис. 6. Пример почерка респондента мужского пола, обучающегося по направлению «Юриспруденция»



При возгорании следует немедленно позвонить в службу спасения по телефону 112, после чего принять меры для эвакуации себя и окружающих людей, используя аварийные выходы. Также важно воспользоваться первичными средствами пожаротушения. Если присутствуют пострадавшие, то окажите им первую помощь.

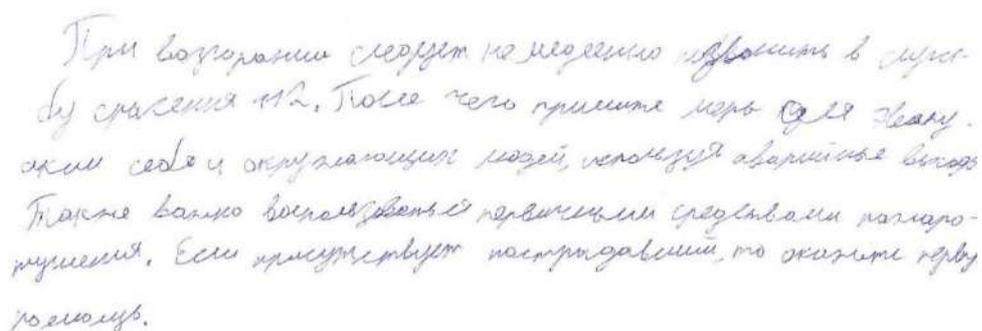
Рис. 7. Пример почерка респондента женского пола, обучающегося по направлению «Юриспруденция»

Анализируя почерки студентов, обучающихся по направлению «Педагогическая деятельность», важно отметить, что почерк респондента женского пола, представленный на рисунке 8, свидетельствует о ее спонтанном характере, что позволяет ей легко справляться со всеми трудностями; почерк участника исследования мужского пола (рис. 9) – об умении мыслить и учитывать детали.



При возникновении ситуации немедленно
позвоните в службу спасения по
номеру 112. После чего примите меры
для эвакуации себя и окружающих лю-
дей, исключая аварийные выходы.
Также важно воспользоваться пер-
вичными средствами пожаротушения.
Если присутствуют пострадавшие, то
окажите им первую помощь.

Рис. 8. Пример почерка респондента женского пола, обучающегося по направлению «Педагогическая деятельность»



При возникновении ситуации немедленно позвоните в службу
спасения 112. После чего примите меры для эвакуа-
ции себя и окружающих людей, исключая аварийные выходы.
Также важно воспользоваться первичными средствами пожаро-
тушения. Если присутствуют пострадавшие, то окажите первую
помощь.

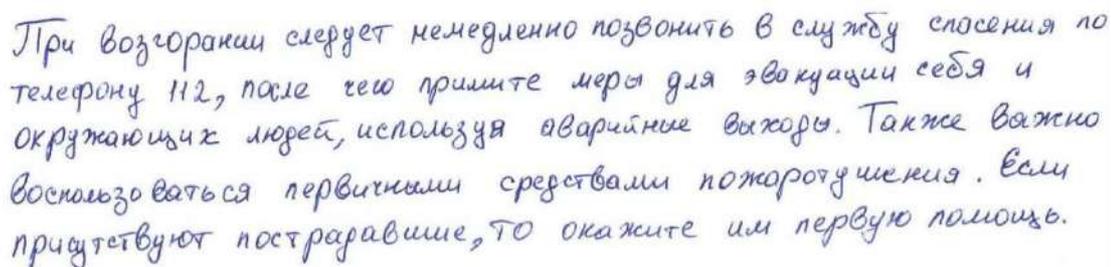
Рис. 9. Пример почерка респондента мужского пола, обучающегося по направлению «Педагогическая деятельность»

Обращая внимание на профессионально-личностные качества, отмеченные выше, то почерк участницы исследования можно охарактеризовать широкими петлями в верхней и нижней зонах, что указывает на общий позитивный настрой и развитый творческий потенциал. Незначительный наклон вправо, присутствующий в почерке респондента мужского пола, указывает на способность к сочувствию и видение ситуации с двух сторон – с эмоциональной и логической. Также оба обладателя представленных почерков спокойны, терпеливы, отличаются надежностью – об этом говорит ровная линия письма.

Рассматривая примеры почерков респондентов, обучающихся по направлению «Бизнес-информатика», можно сделать установку, что небольшой изгиб линии письма, присутствующий в обоих примерах, указывает на такую черту личности, как гибкость: такие люди легко справляются как с логическими задачами, так и с теми, которые вызывают неожиданные эмоции и чувства. Помимо этого, буквы соединены частично – это говорит о сочетании логического и интуитивного мышления.

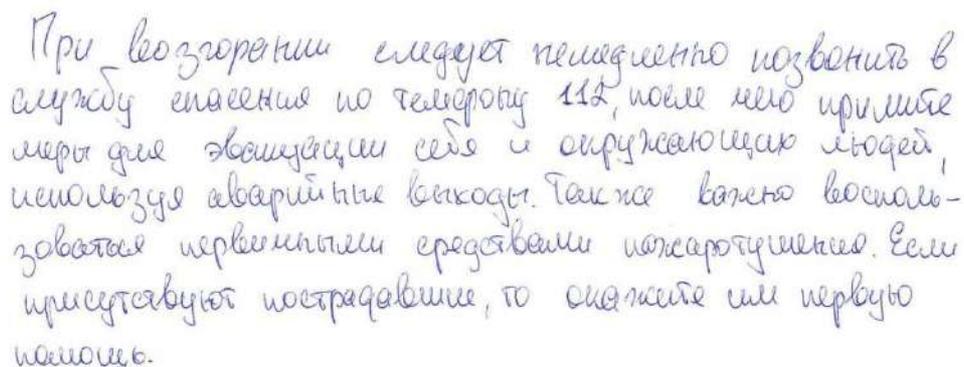
При детальном изучении почерка респондента женского пола (рис. 10), можно выделить такую профессионально-значимую характеристику как ясность мышления и ума, на которые указывает средний размер междустрочного интервала.

Строго вертикальное положение букв в почерке, представленного на рисунке 11, участника исследования мужского пола говорит о том, что этот человек тщательно взвешивает свои возможности и продумывает все возможные варианты для того, чтобы сделать вывод касательно последствий, к которым может привести то или иное действие.



При возгорании следует немедленно позвонить в службу спасения по телефону 112, после чего принять меры для эвакуации себя и окружающих людей, используя аварийные выходы. Также важно воспользоваться первичными средствами пожаротушения. Если присутствуют пострадавшие, то окажите им первую помощь.

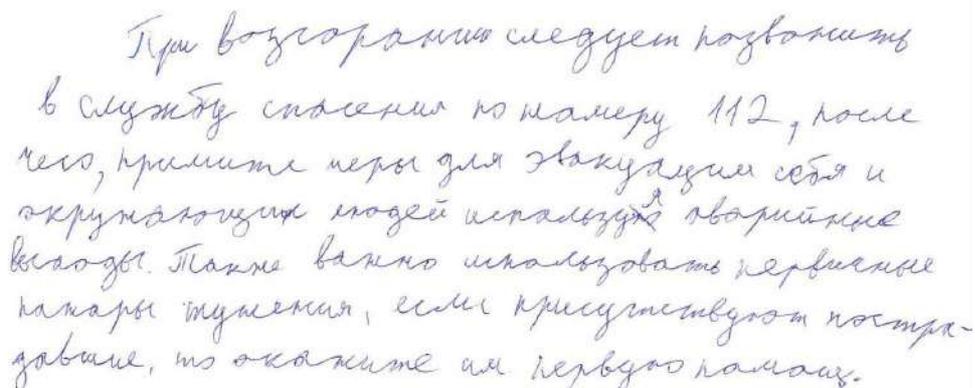
Рис. 10. Пример почерка респондента женского пола, обучающегося по направлению «Бизнес-информатика»



При возгорании следует немедленно позвонить в службу спасения по телефону 112, после чего принять меры для эвакуации себя и окружающих людей, используя аварийные выходы. Также важно воспользоваться первичными средствами пожаротушения. Если присутствуют пострадавшие, то окажите им первую помощь.

Рис. 11. Пример почерка респондента мужского пола, обучающегося по направлению «Бизнес-информатика»

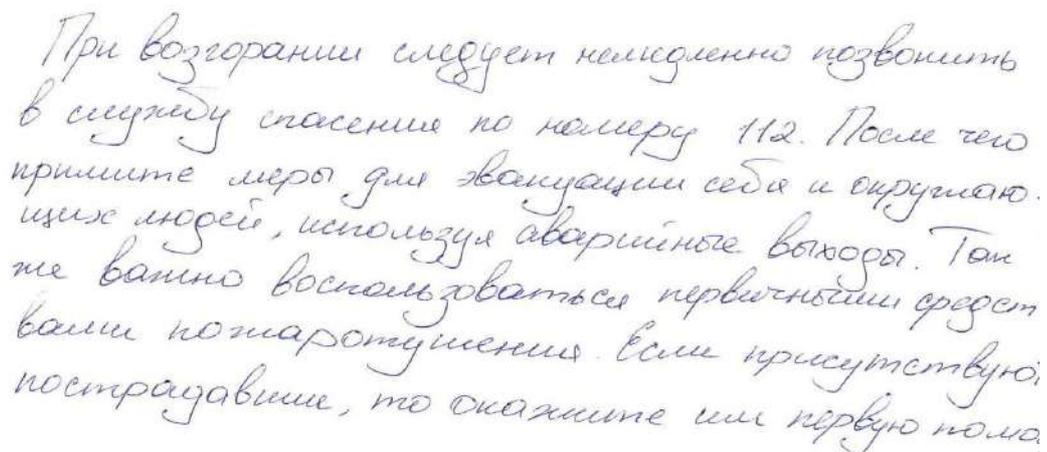
Почерки, собранные в академической группе студентов ВВГУ, обучающихся по направлению «Экономика», представлены на рисунках 12 и 13. Анализируя оба примера, можно заметить, что в тексте встречаются слитно написанные буквы – это говорит о поступательном логическом мышлении – данная характеристика является профессионально-значимой для данной профессии. Почерк респондента мужского пола характеризуется неустойчивым размером букв как в пределах одного предложения, так и всего текста: подобная особенность указывает на умение справляться с неожиданными трудностями, что характерно для экономики как отрасли деятельности.



При возгорании следует позвонить в службу спасения по номеру 112, после чего, принять меры для эвакуации себя и окружающих людей используя аварийные выходы. Также важно использовать первичные средства тушения, если присутствуют пострадавшие, то окажите им первую помощь.

Рис. 12. Пример почерка респондента мужского пола, обучающегося по направлению «Экономика»

При детальном исследовании почерка респондента женского пола, стоит обратить на то, что линия письма четко пересекает лист, что указывает на решительность и склонность к рискам – эти характеристики так же являются профессионально-значимыми для экономиста.



При возгорании следует немедленно позвонить в службу спасения по номеру 112. После чего принять меры для эвакуации себя и окружающих людей, используя аварийные выходы. Также важно воспользоваться первичными средствами пожаротушения, если присутствуют, пострадавшие, то окажите им первую помощь.

Рис. 13. Пример почерка респондента женского пола, обучающегося по направлению «Экономика»

В заключении хотелось бы подчеркнуть, что графология является простым и эффективным инструментом, который позволяет получить информацию о психологическом состоянии человека и его особенности личности на основе анализа его почерка. Однако, следует помнить, что результаты графологического анализа следует подкреплять результатами различных психологических опросников и других проективных методик. Именно это поможет воссоздать наиболее точный портрет личности. Кроме того, важно учитывать, что каждый человек уникален, и его почерк может изменяться в зависимости от различных факторов, таких как настроение, состояние здоровья или эмоциональное состояние.

Таким образом, графологический анализ может стать полезным инструментом как для специалиста по работе с молодежью, так и для педагога в области изучения личности, проведения профессиональной ориентации, развитию уже имеющихся навыков молодых людей и т.д. Однако как и любой другой психологический метод диагностики личности, она требует профессионального подхода и умения интерпретировать полученные данные.

1. Федина А.А., Калашникова Е.Б. Актуальные вопросы работы с молодежью: теория и практика // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2021. – № 2-3(53). – С. 178-181.

2. Канатчиков М.А. Психологический инструментальный специалиста по социальной работе с молодежью // Символ науки: международный научный журнал. – 2017. – Т. 3, № 4. – С. 161-162.

3. Мерзлякова И.Л. Социально-философский анализ организации работы с молодежью как особого вида социального взаимодействия // Kant. – 2019. – № 2(31). – С. 246-250.

4. Бибикова К. Г. Графология: миф или реальность? // Вестник магистратуры. – 2016. – № 12-2(63). – С. 217-220.

5. Хасанова А.Р. Зульфалиева В.Г., Козырева И.Е. Выявление темперамента личности посредством графологического анализа // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2021. – № 4-4(55). – С. 194-196.

6. Цуцкова М.К. Графологический анализ: применение, особенности, практические рекомендации // Экономические науки: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ и практики: сборник статей V Международной научно-практической конференции, Пенза, 15 мая 2022 года. – Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.), 2022. – С. 39-42.

7. Магомедов А.Р., Исакова Г.К. Основные возможности графологии // Теория и практика приоритетных научных исследований: Сборник научных трудов по материалам X Международной научно-практической конференции, Смоленск, 16 декабря 2019 года. – Смоленск: МНИЦ "НаукоСфера", 2019. – С. 32-34.

8. Исаева Е. Графология – ключ к характеру. – Москва: РИПОЛ КЛАССИК, 2013. – 335 с.

ЭКЗИСТЕНЦИАЛЬНЫЕ МОТИВАЦИИ И ЗАВИСИМОЕ ПОВЕДЕНИЕ

А.В. Волков, магистрант

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Аннотация. В работе изучалась связь экзистенциальной исполненности (ЭИ) и аддиктивного поведения (АП) в группе респондентов. Для выяснения различий показателей ЭИ и фундаментальных мотиваций (ФМ) применен метод контрастных групп относительно показателей АП и критерий Манна-Уитни. Изучалась взаимосвязь показателей АП и ЭИ опрашиваемых респондентов. Результаты исследования частично подтвердили гипотезы о взаимосвязи АП и уровня ЭИ в контрастных группах.

Ключевые слова: аддиктивное поведение, зависимость, экзистенциальная исполненность, фундаментальные мотивации.

EXISTENTIAL MOTIVATIONS AND DEPENDENT BEHAVIOR: IS THERE A CONNECTION?

Abstract. The paper studied the relationship between existential fulfillment (EI) and addictive behavior (AP) in a group of respondents. To clarify the differences between the indicators of EI and fundamental motives (FM), the method of contrast groups with respect to the indicators of AP and the Man-on-Whitney criterion was applied. The relationship between the AP and EI indicators of the respondents was studied. The results of the study partially confirmed the hypotheses about the relationship between AP and the level of EI in contrast groups.

Keywords: addictive behavior, addiction, existential fulfillment, fundamental motivations.

Введение

Человек, как духовное существо, движим не только телесными и психическими мотивами, но также четырьмя фундаментальными духовно-экзистенциальными мотивами. Виктор Франкл выдвигает потребность в смысле в качестве наиболее глубокой мотивации» [7, с. 112]. Современный экзистенциальный анализ А. Ленгле указывает на существование еще трех фундаментальных духовных условий, которые предшествуют мотивации смысла и являются самыми глубокими движущими силами для человека» [4, с. 118].

Основной вопрос экзистенции – могу ли я быть здесь? Необходимое пространство и опору человек обретает, когда чувствует себя принятым. Уверенность в собственном существовании является предпосылкой способности к принятию [5, с. 20]. Без нее человеку приходится бороться. Нарушение этого условия приводит к страхам и формирует психическую составляющую шизофрении.

Человек задает себе вопрос о смысле жизни: я живу, но действительно ли мне нравится моя жизнь? Чувствую ли я, что мое существование полноценно? У меня есть время на то, что я считаю ценным? Человек переживает жизнь как ценность благодаря вниманию к себе, через близость и любовь. Это позволяет ему раскрыться и обратиться к другим людям и вещам. Ощущение собственной жизни как ценности – это предпосылка для способности обратиться к другим. Переживание жизни как ценности приводит к глубокому чувству: «хорошо, что я здесь» («хорошо, что я существую»). Ощущение собственной ценности является основой для способности оценить ценность другого. Недостаток этого основного чувства может привести к психическим расстройствам, в том числе к депрессии [4, с. 66].

Человек задается вопросом о своей собственной идентичности и праве быть собой. Важно, чтобы он получал уважение от других и уважал самого себя. Уважение может возникать и из самовосприятия человека, и из признания его окружающими. Когда у человека есть уверенность в себе, ему легче признавать других людей. Важно уметь отличать свое от чужого. Если в этом возникает дефицит, это может привести к истерическим симптомам и другим нарушениям личности.

Человек всегда задает себе вопрос о смысле своего существования. Что должно произойти, чтобы я мог считать свою жизнь значимой? Что нужно делать сегодня, чтобы моя жизнь имела смысл? Какие связи я устанавливаю, чтобы почувствовать себя частью чего-то большего, даже до

религиозных убеждений? Какой целью я живу? В поисках смысла человек находит его через свои дела, ценности, принадлежность к общности, личностный рост и религию. Ощущение смысла помогает принять мир и находить свой собственный смысл в конкретных ситуациях. Но если смысл не обнаружен, это может привести к зависимостям. В частности это происходит так: ситуации несогласия с жизнью сопровождается определенными видами чувств, мышления и поведения. Так затруднения в жизни, которые человек не может принять и связать с определенными собственными стратегиями нахождения выхода часто сопровождаются зависимостями- от психоактивных веществ, игровой зависимостью или иными аддикциями. Таким образом человек не говорит миру, жизни, себе и смыслу «да» – по А. Лэнгле, а облегчает себе существование, которое ему нестерпимо, а впоследствии привыкает так жить. Об этом пишут О. А. Коршунова, О.А. Курапова, О.Ф. Попова [2, 3, 6].

Методология и результаты исследования

Цель исследования, связанная с изучением показателей экзистенциальной исполненности и аддиктивного (зависимого) поведения у респондентов. В процессе данной работы, анонимно онлайн задействованы знакомые, клиенты и члены 12 шаговых программ выздоровления АА, НА и АлАнон, N=106 человек, (27 человек мужского пола и 79 человек женского пола). Возраст опрошенных от 22 до 69 лет. Респонденты были условно разделены на возрастные подгруппы: 1) от 22 до 35 лет, 2) от 36 до 50 лет и 3) от 51 до 69 лет.

По данным работ В.М. Шинкаренко и В.С. Чернявской возрастные особенности не накладывают существенных ограничений на степень экзистенциальной исполненности [8, 9].

Объект исследования – аддиктивное поведение респондентов. Предметом исследования является экзистенциальная исполненность лиц с разным уровнем аддиктивного поведения. Проверялась гипотеза о том, что у лиц более выраженной аддикцией показатели экзистенциальной мотивации ниже. Дополнительная гипотеза состояла в предположении о том, что существует обратно-пропорциональная связь между экзистенциальной исполненностью и склонностью к аддиктивному поведению.

В данной работе использовались две методики: тест-опросник «Аддиктивная склонность» (авторы В.В. Юсупов, В.А. Корзунин) [10] и «Диагностика экзистенциальной исполненности» – оригинальная русскоязычная версия теста экзистенциальных мотиваций ТЭММ (авторы Шумский В.Б., Уколова Е.М. Осин Е.Н., Лупандина Я.Д.) [1].

Ниже представлены характеристики группы респондентов (рис.1).

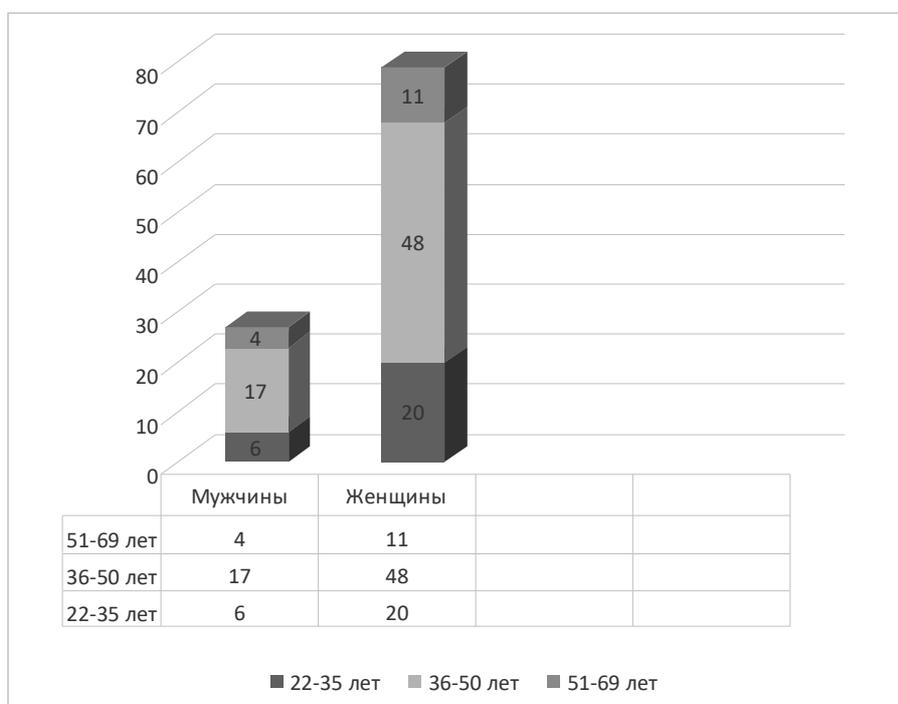


Рис. 1 Характеристики выборки: пол и возраст

В опросе участвовали лица мужского (27ч.) и женского (79ч.) пола. В категориях 22–35 лет (М – 6, Ж – 20), 36–50 лет (М – 17, Ж – 48) и 51–69 лет (М – 4, Ж – 11).

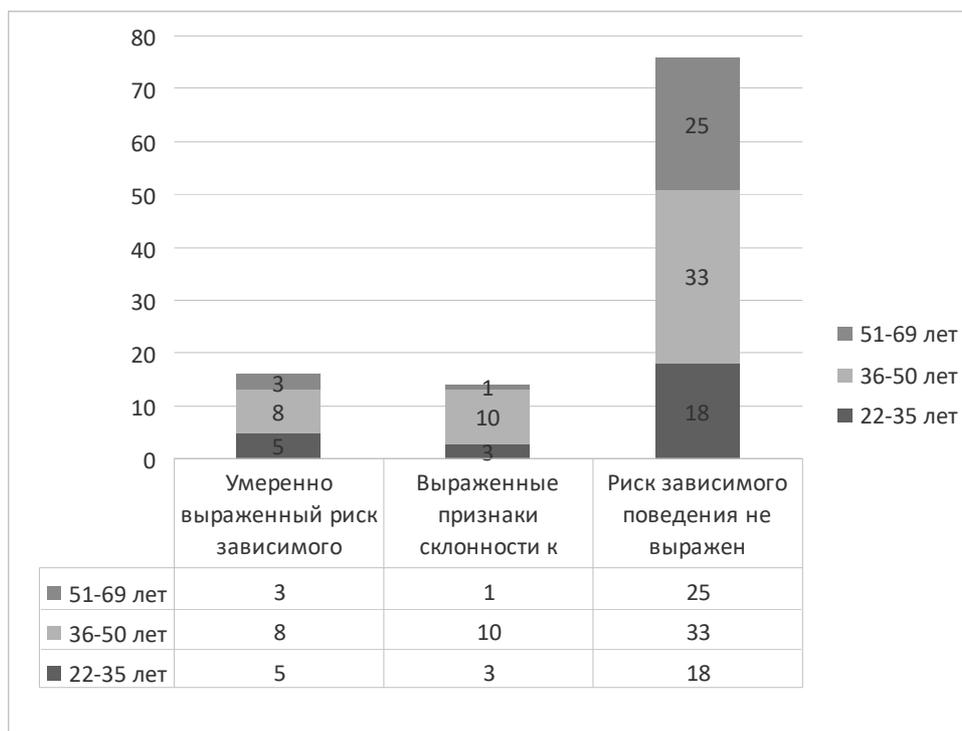


Рис. 2. Распределение респондентов по возрастам и степени проявленности аддиктивного поведения

Интерпретация результатов исследования

При обработке показателей зависимости выборки N= 106 человек, выявлено, что к категории «выраженные признаки склонности к зависимому поведению» относится 14 человек, «риск зависимого поведения не выражен» – 76 человек, «умеренно выраженный риск зависимого поведения» – 16 человек.



Рис. 3. Распределение респондентов по категориям зависимости (количество и проценты)

Было проведено исследование экзистенциальной исполненности (ЭИ), которая вычисляется как сумма фундаментальных мотиваций. Для анализа результатов был применен метод контрастных групп.

Выбирались группы контрастные по степени зависимости:

- «выраженных признаках склонности к зависимому поведению» и
- при «невыраженном риске зависимого поведения». Рассматривались лишь респонденты одного возрастного диапазона: 36–50 лет.

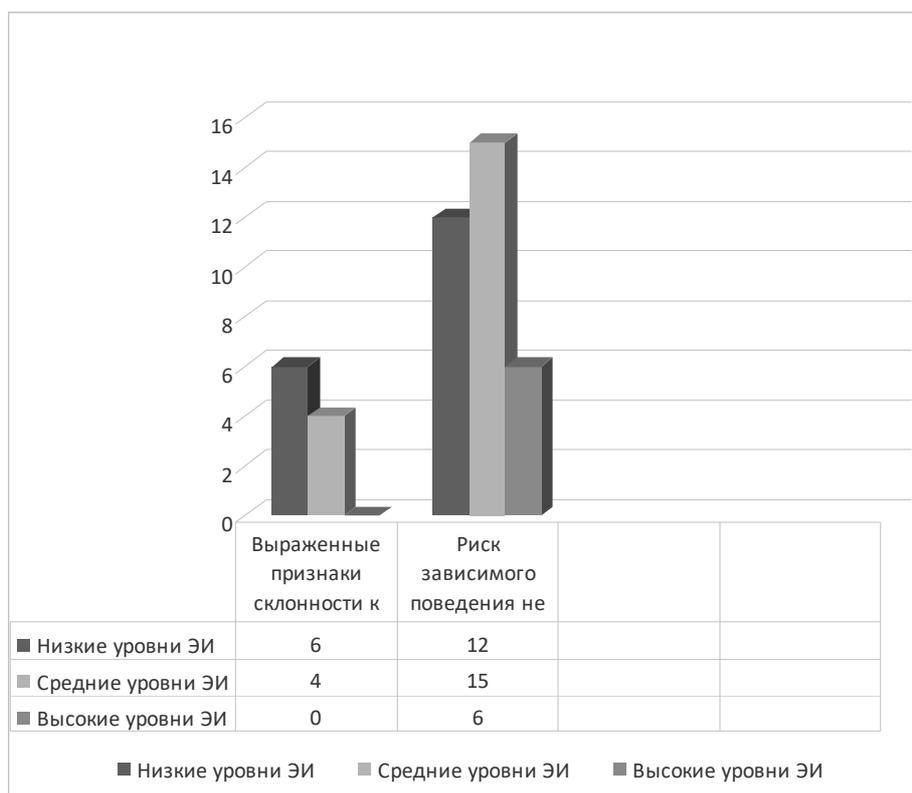


Рис. 4. Зависимое поведение при уровнях экзистенциальной мотивации

Данные, показанные выше (рис.4), говорят о следующем: среди лиц с выраженной зависимостью нет людей с высокой экзистенциальной исполненностью. Но разное количество испытуемых в группах требует применения статистики.

Используя критерий Манна-Уитни, определяем значения $U_{\text{Эмп}}$ и $U_{\text{Кр}}$ для каждой выборки экзистенциальной исполненности, сравнивая по значениям выраженные признаки склонности к зависимому поведению и не выраженному риску зависимого поведения. Определяем значения $U_{\text{Эмп}}$ для каждой выборки и получаем результат: $U_{\text{Эмп}} = 128$.

$$U_{\text{Кр}} p \leq 0.01 - 123 \quad p \leq 0.05 - 156.$$

Различия считаются статистически достоверными при $U_{\text{Эмп}} < U_{\text{Кр}}$. Значит, подтвердилась гипотеза о том, что у лиц с аддиктивной склонностью достоверно меньшие показатели экзистенциальной исполненности.

При расчете коэффициента ранговой корреляции по Спирмену при $n=100$ получили результаты $r_{\text{Кр}}=0,256$ при уровне значимости 1%; $r_{\text{Кр}} = 0,197$ при уровне значимости 5%; $r_{\text{Эмп}} = -0,12551$.

При проверке дополнительной гипотезы оказалось, что связь между значениями зависимого поведения и уровня экзистенциальной исполненности действительно обратная, но она не является тесной, эти данные требуют дополнительных исследований.

Заключение

В ходе исследования была доказана гипотеза о том, что лица с более выраженными показателями аддиктивного поведения имеют достоверно более низкие показатели экзистенциальной исполненности. Это говорит о неслучайности аддиктивного поведения, мы предполагаем, что экзистенциальные фундаментальные мотивации, отражают неудовлетворенность человека миром, жизнью, собой и смыслом, что предшествует аддикции.

Эмпирическая выборка была не случайной: практически все респонденты достаточно длительное время находятся в устойчивой ремиссии, что в определенной мере повлияло на результаты исследования взаимосвязи между ЭИ и аддикцией, что не дало полностью статистически подтвердить дополнительную гипотезу

1. Диагностика экзистенциальной исполненности: оригинальная русскоязычная версия теста экзистенциальных мотиваций / В.Б. Шумский [и др.] // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2016. Т. 13. № 4. С. 763-788.

2. Коршунова О.А. Дефицит экзистенциальных мотиваций как причина неудовлетворенности личности качеством своего существования // Личность в информационно-образовательном пространстве: ответы на вызовы времени: сборник докладов Всероссийской научно-практической конференции. Елец: Российский новый университет, 2018. С. 77-86.
3. Курапова А.С. Экзистенциальная исполненность лиц с аддиктивным поведением / Современная педагогика и психология: проблемы и перспективы: материалы IV Международной студенческой научно-практической конференции. – Тверь: Тверской государственный университет, 2021. С. 107-112.
4. Ленгле А. Основы экзистенциального анализа. – Санкт-Петербург, Питер, 2023. – 256 с.
5. Ленгле А. Экзистенциальный анализ – найти согласие с жизнью // Консультативная психология и психотерапия. 2001. Т. 9. № 1. С. 5-24.
6. Попова О. Ф. Избегание страдания как экзистенциальная установка формирования зависимости // Акмеология. 2013. № 2(46). С. 82-86.
7. Франкл В. Человек в поисках смысла. – Москва: Прогресс, 1990. 187 с.
8. Чернявская В.С. Общение в со-бытийности личности: от внутреннего диалога к содержанию я-концепции // Южно-российский журнал социальных наук. 2023. Т. 24, № 3. С. 59-70.
9. Шинкаренко В.М., Чернявская В.С. Субъективное благополучие и экзистенциальная исполненность личности на поздних этапах онтогенез. Владивосток: Морской государственный университет имени адмирала Г.И. Невельского, 2022. 107 с.
10. Юсупов В.В., Корзунин В.А. Психологическая диагностика зависимого поведения: риск развития, методы раннего выявления. – Санкт-Петербург: Речь, 2007. 123 с.

УДК 159.9.07

ЭМПИРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ПЕРЕЖИВАНИЯ ОБИДЫ

Е.С. Данько, магистрант

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. *В современном мире информационной активности проблемы гуманистического характера заслуживают особого внимания, как в сфере межличностных отношений, так и с позиции психического здоровья отдельного человека. Изучение эмпирического аспекта переживания обиды является логическим продолжением теоретической части исследования феномена обиды, и позволяет дополнить уже имеющуюся теоретическую и практическую базу научных работ психологов, социологов, исследователей в сфере конфликтологии и межличностных коммуникаций.*

Ключевые слова: *обида, переживание, психология эмоций, психология состояния, переживание обиды, психический акт, locus контроля, психосоматика обиды.*

THE EXPERIENTIAL ASPECT OF EXPERIENCING RESENTMENT

Abstract. *In the modern world of information activity, problems of a humanistic nature deserve special attention, both in the sphere of interpersonal relationships and from the standpoint of the mental health of an individual. The study of the empirical aspect of the experience of resentment is a logical continuation of the theoretical part of the study of the phenomenon of resentment, and allows us to supplement the already existing theoretical and practical base of scientific research by psychologists, sociologists, researchers in the field of conflictology and interpersonal communications.*

Keywords: *resentment, experience, psychology of emotions, psychology of state, experience of resentment, mental act, locus of control, psychosomatics of resentment.*

Один из создателей теории дифференциальных эмоций К.Э. Изард, анализируя теоретические обоснования происхождения и мотивации эмоций в разных подходах, отмечает, что ученые еще не пришли к консенсусу относительно природы эмоций и их значения, однако автор подчеркивает эволюционную природу эмоций, как и других структур и функций человека [5].

Исследуя причины возникновения такой эмоции, как обида, мы обратились к феноменологическому и эмпирическому аспектам данного эмоционального переживания.

Следует отметить, что изучение эмпирического аспекта переживания обиды является логическим продолжением проводимого нами прежде исследования феноменологии переживания

обиды, целью которого была теоретизация, феноменологизация, изучение семантических и философских аспектов переживания обиды как явления [4, с. 720].

В феноменологическом контексте мы приняли за основу концепцию Ф.Е. Василюк, рассматривающую процесс переживания как **психический акт**, связывающий субъекта переживания с его имманентным (предметным) содержанием [3]. В нашем исследовании таким имманентным содержанием является сама обида, которая и стала **объектом** исследования. **Предметом** исследования мы определяем психический акт, то есть процесс переживания обиды, изучение особенностей которого и лежит в основе нашего эмпирического исследования.

Среди единичных научных работ в сфере изучения феномена обиды, мы хотим обратить внимание на статью Н.А. Савченко, в которой изучаются внутренний и внешний аспекты обиды, анализируются имеющиеся данные и указывается, что эмоция обиды часто связана с субъективными **ожиданиями** относительно поведения окружающих, значимых для переживающего индивида людей [6].

Также, можно отметить определение О.А. Апуневич, о том, что переживание обиды – это своего рода нарушение социального контакта, в результате отрицательного эмоционального состояния, в связи с рассогласованностью **ожиданий** и реального поведения субъектов по взаимодействию, в ситуациях, имеющих личностную значимость [1].

Исходя из вышеуказанных определений, в качестве эмпирически проверяемой **гипотезы**, сделав логический вывод относительно предметного содержания обиды, мы предполагаем, что **существует фактор субъективного восприятия источника обиды, связанного с ожиданиями относительно действий другого человека**. Иначе говоря, можно предположить наличие локуса контроля обиды.

В качестве **второй гипотезы**, проверяемой в ходе нашего исследования, мы предлагаем проверить предположение о том, что **переживание обиды может иметь субъективно представленные локализованные болезненные/неприятные телесные ощущения**.

Актуальность исследования заключается в недостаточной изученности феномена обиды как в теоретическом, феноменологическом так и в эмпирическом плане. Исследование показало наличие субъективного опыта переживания обиды у практически всех представителей нашей выборки, а содержательный аспект говорит о реальных психически неприятных и длительных по времени переживаниях респондентов, зачастую сопровождающихся телесно локализованными болезненными ощущениями, в то время как большинство исследований обходят проблему обиды стороной, на что ссылается в своей работе Г.М. Бреслав. Как отмечает этот исследователь, чаще проблема обиды рассматривается лишь косвенно, в контексте прощения, оскорбления и т.п. [2].

Научная новизна нашего исследования заключается в проведении эмпирического исследования с привлечением рандомной выборки посредством контент-анализа, и выявлением содержательного аспекта в части локуса контроля (осознаваемого источника), а также феномена телесных ощущений, возрастных и гендерных особенностей переживания обиды, чего мы не можем наблюдать в представленных на данный момент научных источниках.

Целью нашего исследования является объективизация феномена переживания обиды и получение эмпирических данных о субъективном опыте переживания обиды как психического состояния, выявление содержательного аспекта переживания обиды для практического консультирования клиентов, обратившихся с запросом психокоррекции обиды и/или обидчивости к психологу.

Задачами нашего исследования являются выявление у испытуемых:

- субъективных ассоциаций переживания обиды;
- локуса контроля в связи с переживанием обиды;
- субъективных локализованных телесных ощущений обиды;
- гендерных и возрастных особенностей переживания обиды.

При этом, Задача 1 является уточняющим фактором – наблюдением, которое по методу свободных ассоциаций позволяет понять общее семантическое поле и содержательный аспект переживания обиды. Задача 2 позволяет нам проверить гипотезу о субъективно осознаваемом источнике обиды, то есть определить локус контроля обиды. 3 – нацелена на проверку гипотезы о наличии телесно-локализованных ощущений при переживании обиды. 4 – для получения данных о гендерных и возрастных факторах переживания обиды.

Для проведения данного исследования мы применили **эмпирический метод**, заключающийся в практической работе с рандомной выборкой в количестве 151 человек, состоящей из совершеннолетних людей в возрасте от 18 до 86 лет, гендерно различных. Это позволило нам сделать ген-

дерно-возрастную классификацию выборки в соотношении с локусом контроля переживания обиды (табл. 1).

Таблица 1

Классификация выборки в соотношении с локусом контроля переживания обиды

Возраст/Пол	М	Ж	Источник обиды Я	Источник обиды ДРУГОЙ	Бывает Я, бывает ДРУГОЙ	Всего в возрастной категории
18-24	9	30	Ж 7 М 5	Ж 18 М 3	Ж 5 М 1	39
25-32	4	11	Ж 4 М 1	Ж 6 М 1	Ж 1 М 2	15
33-42	2	34	Ж 9 М 0	Ж 23 М 2	Ж 2 М 0	36
43-55	2	42	Ж 18 М 1	Ж 18 М 1	Ж 6 М 0	44
56-69	3*	11	Ж 2 М 1	Ж 7 М 1*	Ж 2 М 0	14*
70-86	1	2	Ж 0 М 0	Ж 2 М 1	Ж 0 М 0	3
ИТОГО	21	130				151

* Один мужчина (56 лет), ответил: «Мужчины не обижаются», и не указал источник обиды (я/ другой), но добавил, что телесных ощущений обиды у него нет.

В качестве методики исследования нами был составлен опросник, позволяющий определить с помощью метода свободных ассоциаций содержательный аспект переживания обиды у респондентов с указанием их пола и возраста. (рис.1. Опросник: Переживание обиды)

Что такое **обида** для Вас? _____

Источник (причина) **обиды**: другой / _____ я.

Бывали ли у Вас телесные ощущения **обиды**?
 Да, ощущения в _____ / _____ Нет.

Ваш пол: _____ М / _____ Ж.

Ваш возраст: _____.

Рис. 1. Опросник: Переживание обиды

Результаты полученные в ходе нашего эмпирического исследования позволяют нам отметить следующие наблюдения:

Практически все респонденты (150 человек из 151) отметили, что им знакомо на субъективном опыте переживание феномена обиды. При этом один респондент заявил, что «мужчины не обижаются», написал свой возраст (56), отметил лишь пол (М). Однако заявление данного респондента не подтвердилось в ходе анализа ответов остальных представителей мужского пола.

Также практически все респонденты (150 из 151) на вопрос: «Что такое обида для Вас?», по результатам контент-анализа, семантически так или иначе отметили, что феномен переживания обиды является для них неприятным, протяженным во времени субъективным опытом, который можно описать как «страдание», «душевная боль», «несправедливое отношение», «неоправданные ожидания», «разочарование» и т.п. При этом один респондент (мужчина, 18 лет) отметил, что «обида – это пустая трата времени», однако он же отметил, что причиной обиды является «другой», а телесно он ощущает обиду «в груди».

Из 151 респондента **54,96 %** (83 человек) ответили, что причина (источник) обиды **другой человек**; **31,78 %** ответили «Я» (48 респондентов); **12,58 %** ответили, что бывает по-разному: «когда я, когда другой» (19 человек).

Из 151 респондента нашей выборки **75,5 %** (114 человек) ответили, что имеют те или иные субъективные **ощущения в теле** при переживании обиды. В основном их телесная локализация отмечена **в груди, в горле, в сердце, животе, голове, шее**. Из них, два респондента телесные ощущения описали как «слезы», еще 4 человека написали ответ на вопрос о *телесных ощущениях*: «да есть, в душе». **24,5 %** (37 человек) ответили, что телесных ощущений при переживании обиды не испытывали.

Обобщенные результаты эмпирического исследования в содержательном контексте субъективного переживания обиды могут быть наглядно представлены в указанных ниже таблицах:

Источник обиды: (табл. 2).

Таблица 2

Источник обиды

Я	48 (31,78 %)
Другой	83 (54,96 %)
Когда как: бывает я, бывает другой	19 (12,58 %)
Всего респондентов	151

Телесные переживания обиды: (табл. 3).

Таблица 3

Телесные переживания обиды

Да, (так или иначе) бывали	114 (75,5 %)
Нет	37 (24,5 %)
Всего респондентов	151

Выводы

В результате нашего исследования эмпирического аспекта переживания обиды, мы можем сделать вывод, что переживание обиды актуально практически для всех представителей выборки: 150 из 151 респондента отметили наличие данного опыта в своей жизни.

Также, по результатам контент-анализа, можно заключить, что по своему содержательному аспекту обида является неприятным протяженным во времени переживанием, причиняющим душевные страдания. Здесь стоит добавить, что переживание обиды в большинстве случаев может сопровождаться субъективно представленными болезненными телесными ощущениями, поскольку **75,49 %** нашей выборки (114 респондентов из 151) отметили их наличие и указали телесную локализацию, **что подтверждает нашу гипотезу о возможности телесной локализации и болезненных/неприятных ощущениях при переживании обиды**. Данное наблюдение может стать основой для проведения исследований в области психосоматики, в сфере телесно-ориентированной психотерапии.

Обращаясь к полученным в ходе нашего исследования данным, также можно подтвердить нашу гипотезу о том, что **переживание обиды может иметь внешний или внутренний источник**, то есть локус контроля обиды. Более чем в половине случаев существует фактор восприятия внешнего источника обиды, связанный с ожиданиями относительно действий другого человека: **54,96 %** (83 из 151). Еще **12,58 %** (19 человек из 151), ответили, что источник обиды меняется в зависимости от ситуации, т.е. «когда я, когда другой». И лишь **31,78 %** респондентов всей выборки однозначно ответили, что причина (источник) обиды они сами (48 из 151 – «Я»).

Мы можем предположить, что для первой категории (источник – «Другой») и второй категории (бывает – «Я», бывает – «Другой») респондентов, как вариант консультирования, возможна психокоррекционная работа в части формирования внутреннего локуса контроля, в третьей же категории (где источник обиды – «Я») мы можем предположить изучение факторов, связанных с наличием чувства вины, однако данные гипотезы требуют от нас отдельных исследований.

В ходе исследования эмпирического аспекта переживания обиды, мы собрали данные и сделали выводы, которые могут быть использованы для дальнейшего изучения гендерных, возрастных и содержательных особенностей переживания обиды. Также результаты нашего исследования могут учитываться при практической работе психолога, психотерапевта в случае обращения клиента с запросом психокоррекции переживания обиды и/или обидчивости, работе с психосоматической стороной проблемы и в сфере телесно-ориентированных практик.

1. Апуневич О.А. Психологические особенности преодоления обиды и обидчивости в подростковом возрасте: дис. ... канд. психол. наук: 19.00.07: Череповец, 2001 210 с. РГБ ОД, 61:01-19/373-8
2. Бреслав Г.М. Обида как предмет психологического изучения: от прощения к его отсутствию // Психология. Журнал высшей экономики. – 2020. №1. С. 27-42.
3. Василюк Ф.Е. Психология переживания. – Москва: Издательство Моск. ун-та, 1984. – 200 с.
4. Данько Е.С. Феноменология переживания обиды // Наука без границ: студенческое научное кружковое движение: сборник материалов II международного форума молодых ученых (г. Владивосток, 24–26 ноября 2023 г.). – Владивосток: Изд-во ВВГУ, 2024. – С. 740–742.
5. Изард К.Э. Психология эмоций. – Санкт-Петербург: Питер, 2012. – 484 с.
6. Савченко Н.А. Обида: внешний и внутренний аспекты // Вестник Таганрогского института управления и экономики. – 2020. – № 1(31). – С. 74-77. – EDN CCVNRNRP.

УДК 159.9.075

ЗАТРУДНЕННОЕ ОБЩЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ СТУДЕНТОВ ВУЗА

С.М. Дубовенко, бакалавр

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. *Общение – одно из важных условий, в процессе которого осуществляется развитие и самореализация личности индивидов, особенно в студенческие годы. Учет особенностей трудностей общения у студентов в рамках вуза, способствует эффективному формированию профессиональных компетенций у молодых людей и их личностному развитию.*

Ключевые слова: *затрудненное общение, психология общения, студент, общение студентов.*

DIFFICULT COMMUNICATION OF MODERN UNIVERSITY STUDENTS

Abstract. *Communication is one of the important conditions in the process of which the development and self-realization of the personality of individuals is carried out, especially during the student years. Taking into account the peculiarities of communication difficulties among students within the university contributes to the effective formation of professional competencies among young people and their personal development.*

Keywords: *difficult communication, psychology of communication, student, communication of students.*

В современное время в обществе происходят различные социальные, культурные, политические и другие изменения, которые влияют на процесс взаимодействия между людьми. Общение является не только одной из важных потребностей людей, но и условием, в процессе которого осуществляется развитие, самореализация личности индивидов и др. Особое значение процесс общения играет в студенческие годы (17–25 лет по Б.Г. Ананьеву). Это обосновывается, тем, что студенческий возраст – важный этап личностного и профессионального становления в рамках высшего учебного заведения (вуза). Из-за отсутствия развитости необходимых компетенций или из-за особенностей характера молодые люди могут испытывать трудности при общении как с одногруппниками, так и с преподавателями. На основе этого, появляется затрудненное общение, которое понимается как нарушение взаимодействия между людьми. Данное общение не только негативно сказывается на эмоционально-психологическое состояние студентов, но и на их процесс обучения.

Актуальность данной проблемы выражается в том, что благодаря учету особенностей трудностей общения студенческой молодёжи, можно не только способствовать в рамках вуза эффективному формированию профессиональных компетенций, но и их личностному развитию.

Общение является базовой категорией психология, которая понимается как специфическая форма взаимодействия человека с окружающими людьми. Существуют различные направления психологии, в рамках которых авторы занимаются изучением особенностей общения, его видов, функций, а также затруднений.

Проблема общения волнует как отечественных, так и зарубежных ученых. В современной психологической науке существует множество определений понятия «общение». Оно может пониматься как вид, связь, духовный контакт, деятельность и др. Общение предполагает не только обмен информацией между индивидами, но выработку ими в процессе стратегий понимания друг друга, восприятия и взаимодействия. Основным видом общения является речевое общение. Это целенаправленный обмен информации между индивидами в процессе речевой (языковой) деятельности.

Структура общения традиционно представлена тремя взаимосвязанными сторонами: коммуникативная; интерактивная; перцептивная [5].

На основе многоаспектности процесса общения выделяются различные его виды: по количеству участников (межличностное; публичное; массовое), по ролевой идентификации (межперсональное; ролевое), по особенностям проявления речевого поведения (доверительное; конфликтное), по интенции коммуникантов: (личное; деловое) [6].

Существуют следующие функции общения: контактная (функция, которая связана с установлением взаимодействий); информационная (функция, которая связана с обменом информацией); побудительная (функция, которая связана с побуждению собеседника к чему-то); координационная (функция, которая связана с процессом согласования информации при выполнении общей деятельности); понимание (функция, которая связана с пониманием сути информации и мнения собеседника); эмотивная (функция, которая связана с обменом эмоциями между собеседниками); воздействие (функция, которая связана с изменениями определенного поведения).

Понимание основы процесса общения позволяет индивиду успешно удовлетворять свои потребности, профессионально (или учебно) и личностно развиваться и др. Но на основе личностных особенностей человека, социальных ситуаций и многих различных факторов человек может испытать затруднения в общении. Затрудненное общение – это общение, которое приводит к деструктивным изменениям поведения собеседников.

Существует несколько причин возникновения трудностей в общении: внутренние (причины, которыми могут являться установки, ценности, личностные особенности: ригидность, комфортность психологическими травмами, стрессом, негативные особенности воспитания и др.); внешние (причины, которыми могут являться дефицит информации, социальные особенности ситуации и др.).

Нарушение межличностного неформального общения является наиболее тяжелым видом, так как несет за собой значимые психологические последствия. При этом данные нарушения сложно исправимы, по сравнению с формальными. Выделяют две группы затруднений в рамках неформального общения: субъективно переживаемые (трудности, которые характеризуются неочевидным проявлением в конкретном социальном взаимодействии. Примерами являются: социальная неуверенность, застенчивость, неумение выстраивать психологических контакт с собеседниками и др.); объективно переживаемые (трудности, которые характеризуются проявлением в условиях непосредственных контактов и снижением успешности общения, а также удовлетворением от его процесса. Примерами являются: трудности с проявлением вербальных и невербальных средств, сформированности психологической культуры общения и др.) [3].

Студенческий возраст, как Б.Г. Ананьев считает, период жизни от 17 до 25 лет имеет важное значение, как завершающий этап формирования личности и как основная стадия профессионализации. Как отмечает Л.С. Елгина, в студенческие годы вхождения в новую среду общение с окружающими людьми становится особенно значимым фактором социальной адаптации студентов. В процессе общения происходит адаптация личности к определенным образцам поведения, действующим в данной микросфере, подчинение социальным требованиям и контролю со стороны взрослых. Общение является составной частью совместной учебной деятельности. Кроме того, потребность в неформальном общении со своими сверстниками, понимании и признании – отличительная особенность студенческого возраста [2].

Межличностное общение студентов имеет особенность – желание реализации собственного «Я» в условиях групповых ценностных ориентаций.

В условиях демократизации общества, и в частности такого социального института, как высшее образование, наиболее целесообразным является субъект-субъектное взаимодействие в системе преподаватель-студент. Учитывая индивидуально-личностные качества студентов, можно добиться высоких показателей в самореализации и самосовершенствовании будущих профессионалов [1].

На основе проведенного исследования затрудненного общения студентов вуза, Т.О. Бородовицына было выявлено, что установлению позитивных доверительных взаимоотношений препятствуют такие проявления партнера, как привычка вести диалог с застывшим, неподвижным лицом; слишком тихая или громкая речь; неуместное использование частых прикосновений во время разговора. Трудности социально-перцептивного характера также оказывают негативное влияние на коммуникативный процесс. Выявлено, что трудности, касающиеся условий общения, отрицательно коррелируют с автономией, управлением окружением, личностным ростом, психологическим благополучием [2].

В процессе общения студентов проявляются основные коммуникативные законы, которые позволяют избежать возникновения затрудненного общения. Данные законы были сформулированы И.А. Стерниным. Они универсальны и действуют в официальных (с преподавателями) и неофициальных (с одноклассниками) ситуациях общения. Первый закон коммуникации – это «закон обратной связи» (любая коммуникация основана на принципе обратной связи, для коммуникации необходимо как минимум два коммуникатора).

Второй закон – «закон зеркального развития общения» (собеседник в процессе коммуникации имитирует стиль общения своего собеседника).

Третий закон – «закон прогрессирующего нетерпения слушателей». Студенты не могут долго эффективно воспринимать устную речь оратора, особенно, если это научно-учебный текст, требующий повышенного внимания и сосредоточенности на предмете.

Следующий закон – «закон доверия к простым словам» (чем проще твои мысли и слова, тем лучше тебя понимают и больше верят). Простое содержание и форма в общении – залог успешной коммуникации.

Пятым законом является «закон детального обсуждения мелочей». Этот закон сформулирован так: «люди охотнее сосредотачиваются на обсуждении незначительных вопросов и готовы уделять этому больше времени, чем обсуждению важных проблем».

Шестой закон гласит: «В эмоциональном состоянии человек теряет логичность и аргументированность речи эмоционального подавления логики». Это называется «законом эмоционального подавления логики» [4].

Таким образом, затрудненное общение студентов вуза является важной темой, так как общения в данном возрастном периоде играет важную роль в профессиональном и личностном становлении молодых людей. Особую значимость для студентов имеет общение с одноклассниками/сокурсниками, а также с преподавателями вуза.

Исходя из этого, цель данной работы заключается в изучении и анализе затрудненного общения студентов вуза. Для этого были использованы такие методики как «Шкала принятия других» Фейя, «Шкала доброжелательности» Кэмпбелла, «Шкала доверия» Розенберга, «Шкала манипулятивного отношения» Банта. В исследовании приняли участие студенты Владивостокского государственного университета, обучающиеся на 2-4 курсах различных направлений подготовки, и разного пола.

После проведения исследования, были получены следующие результаты: Результаты методики «Шкала принятия других» Фейя показали, что у 73% студентов преобладает средний (45–59 баллов) показатель принятия других с тенденцией к высокому. Так же есть число студентов, а именно 20%, у которых высокий показатель (60–90 баллов). Человек как социальное существо обязан сосуществовать со своим собственным видом. Нынешняя концентрация населения достигла такого уровня, что найти заброшенное место, где можно было бы полноценно жить, практически невозможно. В университетах студентам приходится общаться друг с другом каждый день. Даже удаленная работа предполагает минимальный контакт с другими людьми. А семья и дружеские отношения, которые мы неизбежно приобретаем, предполагают регулярное общение с близкими людьми. Как мы видим, большинство испытуемых отлично справляются с этим.

Так же есть студенты (7%), у которых средний показатель принятия других с тенденцией к низкому (31–45 баллов). Трудно наладить деловые или личные отношения, если вы настаиваете

на всех вопросах, не идете на компромисс и не прислушиваетесь к мнению окружающих. Не избегайте конфликтов и ссор, если регулярно указываете окружающим на свои ошибки и промахи. Скучно общаться только с теми, кто полностью согласен с тобой во всем, не высказывая свежих идей и оригинальных решений. Люди разные, и в этом сила их единства. Ваши собственные принципы, безусловно, важны, но новый опыт, идеи и предложения помогут вам развить себя. Надо расширять кругозор, пробовать что-то новое. Хотя это не всегда успешный опыт, он также ценен.

Результаты методики «Шкала доброжелательности» Кэмпбелла показали, что у студентов преобладает высокий (6–8 баллов) (56%) и средний (4–5 баллов) (26%) показатель доброжелательного отношения к другим.

Доброжелательность играет важную роль для студентов по нескольким причинам. С одной стороны, доброжелательное отношение одноклассников способствует созданию благоприятной учебной атмосферы, которая может повысить мотивацию учащихся и их успеваемость. Когда студенты чувствуют, что их принимают и поддерживают, они, как правило, становятся более открытыми, активными и готовыми к общению.

Во-вторых, доброжелательное отношение способствует формированию здоровых и позитивных межличностных отношений, способствует развитию навыков общения, адаптации к коллективу, умению работать в группе. Это особенно важно в учебной среде, где сотрудничество, обмен идеями и взаимная поддержка могут быть ключевыми элементами успешного обучения.

Кроме того, доброжелательность способствует созданию положительного образа человека, развитию эмпатии, уважения к другим и способности к конструктивному взаимодействию. В результате учащиеся с этими качествами могут лучше адаптироваться к различным ситуациям, находить общий язык с разными людьми и успешно взаимодействовать как в учебной среде, так и за ее пределами.

Есть число студентов, а именно 18%, у которых низкий показатель доброжелательного отношения к другим (0–3 баллов). Недостаток доброжелательности может привести к конфликтам, напряженным отношениям с окружающими, агрессивному поведению, изоляции от коллектива, неудовлетворенности учащихся и окружающих.

Учащиеся с низкой доброжелательностью могут испытывать трудности в общении, взаимодействии с одноклассниками и конструктивном решении проблем. Это может негативно сказаться на вашем успехе в обучении, так как доброжелательные отношения и социальные навыки часто являются важным фактором успешного обучения.

Результаты методики «Шкала доверия» Розенберга демонстрируют, что у 70% студентов низкий (0–1 балл) показатель доверия у студентов. Низкий уровень доверия среди студентов также может оказать серьезное воздействие на их учебный процесс и общее благополучие. Доверие является ключевым фактором успешного взаимодействия, сотрудничества и установления высококачественных межличностных отношений, особенно в образовательной среде.

Если учащимся не хватает уверенности, это может привести к конфликтам, недопониманию, недостаточной открытости в общении, а также к усилению стресса и внутреннего напряжения. Недоверие между учащимися может значительно усложнить учебный процесс, усложнить совместную работу над проектами, заданиями и учебными материалами.

Кроме того, низкое доверие может препятствовать эффективному общению, разделять учащихся на "лагеря" или группы, исказить восприятие информации и ухудшать атмосферу в учебной среде. Неуверенность в себе может привести к боязни критики, неспособности выражать и выражать собственные мысли и идеи, что может негативно повлиять на развитие самооценки и самооценки учащихся.

Результаты методики «Шкала манипулятивного отношения» Банта показали, что у 50% студентов средний показатель (61–80 баллов) манипулятивного отношения с тенденцией к высокому. Так же есть те, у кого высокий показатель (81–100 баллов) (6%). Манипулятивные установки могут негативно сказаться на общении студентов. Когда одна сторона стремится контролировать другую, использовать обман или другие тактики влияния, это может привести к нарушению равенства и взаимного уважения в общении. В результате учащиеся могут испытывать стресс, неуверенность в себе или даже агрессию, что негативно скажется на их учебе и психологическом благополучии. Поэтому важно формировать здоровые и открытые отношения между студентами, основанные на взаимном уважении, доверии и поддержке.

Есть число испытуемых (44%), которые имеют средний показатель с тенденцией к низкому (41–60 баллов). Они могут вести себя по-разному в зависимости от ситуации и своих индивиду-

альных особенностей. Обычно такие ученики иногда могут пытаться влиять на других с помощью манипуляций, но это не всегда делается с явным лицемерием или злобой. Они могут использовать тактику убеждения, оправдания, скрытого влияния или манипулирования информацией для достижения своих целей. Они могут быть умнее и искуснее в манипулировании, чем ученики низкого уровня, но они не так агрессивны и открыто манипулируют.

Коэффициент корреляции Спирмена между доверием и манипулятивным отношением равен 0,386, следовательно, можно сделать вывод, что в данной выборке студентов выявлена взаимосвязь этих факторов.

Согласно результатам исследования можно предположить, что для студентов данной группы преимущественно характерно манипулятивное отношения, вследствие чего у них низкий уровень доверия к другим. Доверие играет значительную роль в межличностных отношениях, включая взаимоотношения между студентами. Студенты, которые доверяют друг другу, более склонны к сотрудничеству, обмену идеями и обсуждению сложных вопросов.

Однако, если студенты склонны к манипуляциям, они могут использовать это как инструмент для достижения своих целей, не всегда будучи искренними в своих намерениях. Это может вести к уменьшению доверия к ним со стороны окружающих. Доверие строится на честности, надежности и искренности, поэтому человеку с манипулятивным поведением может быть сложно завоевать и сохранить доверие других людей. Важно обращать внимание на способы общения и взаимодействия с окружающими, чтобы поддерживать здоровые и доверительные отношения.

Когда студенты применяют манипулятивное поведение, они могут начинать видеть окружающих людей через призму своих собственных манипуляций. Это может привести к тому, что они начнут подозревать других в таких же недобросовестных методах поведения, какими пользуются сами. Таким образом, у студентов, использующих манипуляции, может возникать недоверие к другим людям из-за своего собственного поведения. Важно осознавать последствия своих действий и стараться поддерживать взаимоотношения на основе взаимного уважения и доверия.

Недоверие может привести к конкуренции, обману, использованию других в своих целях и прочим формам манипуляций. Студенты могут стать более склонны к скрытности, преследованию личных интересов за счет других, а также к созданию враждебной атмосферы в коллективе.

Подводя итог, можно сказать, что у современных студентов в затрудненном общении преобладают проблемы связанные с манипулятивностью и низким доверием. Полученные результаты могут помочь в понимании причин затрудненного общения у студентов вуза, поскольку данный вид коммуницирования является деструктивным во многих аспектах (обмен информацией, построение отношений, повышение самооценки, решение конфликтов, предотвращение изоляции), и препятствует личностному и профессиональному становлению в рамках высшего учебного заведения.

-
1. Белянская Т.Э. Социально-психологические характеристики студенческого возраста // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета, 2020.
 2. Бородовицына Т.О. Взаимосвязь социально-психологических характеристик затрудненного общения и психологического благополучия студентов педагогического вуза. – ЧиО, 2022.
 3. Киселева Е.Ю. Психологические характеристики затрудненного общения.– Омск: Вестник ОмГУ, 2007.
 4. Мишина Н.А. Евтюгина А.А. Законы коммуникации в общении студентов // Молодой ученый, 2016.
 5. Саиева Л.М. Понятие «общение», его структура, виды, функции // Мировая наука. – 2018.
 6. Семчук Е.В. О понятии «общение» // Молодой ученый, 2017.

УДК 159.99

ДЕВИАНТНОЕ ПОВЕДЕНИЕ В КОНТЕКСТЕ ДЕТСКО-РОДИТЕЛЬСКИХ ОТНОШЕНИЙ

Е.Е. Ким, магистрант

В.И. Екинцев, канд. психол. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

***Аннотация.** Проведен анализ современной литературы и психологических исследований на предмет изучения девиантного поведения и влияние на него семейных отношений. Раскрыты основные проблемы, связанные с формированием девиантного поведения в подростковом возрасте, а также обозначена значимость поддержания здоровых семейных отношений.*

***Ключевые слова:** девианты, девиантное поведение, подростки, семейная динамика, семейное отношение.*

DEVIANT BEHAVIOR IN THE CONTEXT OF CHILD-PARENT RELATIONSHIPS

***Abstract.** The analysis of modern literature and psychological research on the subject of studying deviant behavior and the influence of family relations on it is carried out. The main problems associated with the formation of deviant behavior in adolescence are revealed, as well as the importance of maintaining healthy family relationships.*

***Keywords:** deviants, deviant behavior, adolescents, family dynamics, family attitude.*

В современном обществе детско-родительские отношения и влияние семьи на формирование поведения детей и подростков являются предметом все более активного изучения в психологической и социологической науке. Стабильные и поддерживающие отношения между родителями и детьми считаются фундаментом для здорового развития и адаптации детей в обществе. Однако в последние десятилетия, наблюдается рост девиантного поведения среди детей и подростков, что ставит под сомнение эффективность семейного воспитания и выдвигает актуальные вопросы для исследования.

Согласно исследованиям группы психологов [1], в современном обществе наблюдается увеличение числа случаев девиантного поведения среди подростков, таких как агрессия, нарушение законов, злоупотребление наркотиками и алкоголем, а также другие формы антиобщественного поведения. Этот тревожный тренд заставляет обращать особое внимание на взаимосвязь между детско-родительскими отношениями и развитием девиантного поведения.

По мнению Александровой Е.С. [2], изменения в структуре семьи и ее функционировании в современном мире оказывают значительное влияние на характер взаимодействия между родителями и детьми. Увеличение числа разводов, изменение ролей в семье, расширение возможностей информационных и коммуникационных технологий – все это влияет на динамику семейных отношений и может оказывать как позитивное, так и негативное воздействие на развитие детей.

В обзоре современных исследований авторы подтверждают, что детско-родительские отношения оказывают влияние на различные аспекты поведения подростков. Согласно мнению Т.В. Андреевой, эти отношения играют значительную роль в формировании личности подростка, поэтому их гармоничность является крайне важной [3].

В свете этих изменений проведение дальнейших исследований для понимания того, каким образом детско-родительские отношения влияют на формирование девиантного поведения у детей и подростков остаются актуальными и важными. Поэтому данная работа направлена на анализ современной литературы и исследований в этой области, с целью выявления актуальных проблем.

Девиантное поведение является широко изучаемым явлением в современной психологии, социологии и педагогики. Для понимания этого термина в контексте детско-родительских отношений необходимо рассмотреть его определение и основные аспекты.

Девианты – это люди, которые по каким-либо причинам не могут или не желают следовать установленным правилам и нормам общества. Проблема девиантного поведения давно привлекает внимание исследователей. В последние годы она стала более массовой и стала объектом повышенного интереса. Существует несколько определений, которые по смыслу и содержанию близки друг к другу. В дополнение к термину "девиантное поведение", используется термин "отклоняющееся поведение", а также асоциальное, антисоциальное. Многие ученые из различных областей наук проявляют интерес к данному виду поведения, причем каждая область определяет это понятие по-своему. [4, 56]

Например, согласно В.Н. Дружинину, девиантное поведение представляет собой систему отклонений от установленных норм и правил общества, которая может выражаться в нарушениях законов, агрессивных действиях, злоупотреблении алкоголем и наркотиками и других формах антиобщественного поведения.

В такой сложной науке как психологии, девиантное поведение является интригующим пазлом, где действия отходят от общественных норм, пронизывая социальные, психологические и моральные устои. Это искажение парадигмы, где ущерб причиняется, будь то в глубинах психики, на плоскости физического или в сфере социального взаимодействия. Сверкающий огонь девиации, разбрасывающий искры нестабильности, нарушает деятельность ментальных процессов, разрушая тонкую паутину самоактуализации, и избегает контроля над собственным этическим и моральным поведением.

В этом пучине противоречий, ландшафт девиантного поведения разворачивается как картина калейдоскопа, где индивидуальные решения подвергаются испытанию социальной призмой, рассеивая лучи норм и правил, которые служат фундаментом общественной структуры. Однако в этом зыбком балансе между общепринятым и отвергнутым, проявляется мозаика индивидуального выбора, каждый атавизм несущий свой особый оттенок противоречия и контраста.

Таким образом, в этой сложной ткани человеческого существования, девиантное поведение является свидетельством необъятной сложности психики, лабиринтом индивидуальной и общественной динамики. Это парадоксальное поле, где границы между принятием и отвержением, конформностью и девиацией, смываются в мозаике противоречий и неопределенности, вызывая вопросы о природе человека и общественном порядке.

В сфере научных исследований, анализируя сущность понятия "девиантное поведение", множество исследователей уделяют внимание разрушениям в социальной регуляции поведенческих моделей. Таким образом, эксцентричное поведение индивида – это сложный путь, который не следует устоявшимся или официально зафиксированным социальным нормам (законам, правилам, традициям и социокультурным стереотипам). Определяя девиантное поведение как отклонение от установленных норм, следует иметь в виду, что социокультурные парадигмы неустойчивы и подвержены изменениям, что придает своеобразный исторический оттенок девиантному поведению. Исходя из вышеизложенного, можно интерпретировать девиацию как нарушение не только принципов, но и наиболее существенных для данного социума в настоящий момент времени социокультурных норм.

Как уже говорилось выше, помимо общего социума, значительное влияние оказывает близкое окружение (семья), в котором находится подросток. Семейный уклад функционирует как структурная основа формирования индивидуальности молодого человека. В контексте семьи организуется становление ключевых психологических черт ребенка, его отношение к труду, а также ассимиляция моральных, культурных норм и ценностей, а также взаимодействие с окружающим миром. Семейное воспитание и сегодня остается неизменным стержнем социального амплуа, оно служит укрепляющим фундаментом психологической поддержки и воспитания.

В отечественной педагогической и психологической доктринах высоко оценивается значимость семейного воспитания в контексте формирования личности ребенка, отмеченная в работах таких выдающихся психологов, как А.С. Макаренко и Л.С. Выготский.

Российские академики в области семейной динамики (М.С. Мацковский, А.Г. Харчев, В.В. Юстицкий, Э.Г. Эйдемиллер) выделяют на фоне нашего обсуждения нарождающуюся потребность в социально-психологической помощи семье, особенно в ее первоначальных стадиях, когда институт семьи борется с дефицитом эмоциональной стойкости.

Зарубежные эксперты в психологии, такие как Э. Берн, К. Рудестам, В. Сатир, также касались вопросов, связанных с проблематикой семейного уклада. В их трудах ключевым для нашего исследования является утверждение о том, что именно родительская семья и особенности взаимоотношений между родителями и детьми играют решающую роль в формировании психической активности и направленности личности, осуществляемой в рамках супружеского союза.

Анализируя работы Ю.Е. Алешинной, В.Н. Дружинина, С.В. Ковалева, А.С. Кочарян, Г.А. Кочарян, А.С. Спиваковской, Н. Пезешкиана, Э.Г. Эйдемиллера и других ученых, можно заметить, что семейная структура, будучи отражением широкого спектра социальных метаморфоз, демонстрирует свою внутреннюю динамику, переплетенную с процессами общественной трансформации, сохраняя при этом свою относительную автономию и стабильность. Несмотря на вихри перемен и потрясений, семья, как социокультурный институт, продолжает свое существование, оставаясь непоколебимым фундаментом общественного уклада.

Признавая семейный институт как краеугольный камень в формировании социальной идентичности, мы абстрагируемся к определению семейной дезадаптации. Семейная дезадаптация представляет собой состояние детского субъекта, находящегося в связи с расстройством динамики семейных взаимоотношений, в результате которого детям затруднительно найти свое место внут-

ри семейной ячейки, что затрудняет максимальную реализацию их потенциальных возможностей в процессе эволюции их возрастных фаз, а также их способностей к самопроявлению и индивидуальному развитию.

В данном контексте оценка семейной динамики исключительно в терминах ее недостаточности, конфликтности, дезинтеграции и асоциальности явно ущемляет ее многослойную природу. Прежде всего, следует отметить, что определенный уровень конфликтности является неизбежным сопутствующим явлением в межличностных взаимодействиях, поскольку идеальных, лишенных конфликтов, отношений не существует. Во-вторых, имеется достаточное количество образцов, когда продолжительные семейные конфликты, несмотря на свою напряженность, не приводили к эмоционально-личностным расстройствам и не вызывали у несовершеннолетних членов семьи последовательного цепного эффекта патологических изменений. Отдельные компоненты семейного дисбаланса и аномалий в психофизическом развитии объединяются в целостный комплекс признаков, что позволяет более полно охарактеризовать определенные аспекты деградации семейной среды.

Один из аспектов, связанный с деградацией семейной динамики, проявляется через асоциальный и аморальный образ жизни одного или нескольких членов семьи, в основном родителей подростка. В этом контексте ключевое значение имеют выраженные формы "материнской" или "отцовской" депривации, проявляющиеся в отчужденности и эгоистической ориентации родителей, которые ограничивают заботу о ребенке.

Другой вариант семейной деградации связан с протяженными, насыщенными конфликтами внутри семьи, создающими устойчивое психоэмоциональное напряжение у ребенка и обстоятельства, которые могут создавать обстановку кризиса или даже безвыходного положения. Эти ситуации сопровождаются нестабильностью и непредсказуемостью эмоциональных реакций со стороны родителей, включая инциденты жестокого обращения и проявления насилия [5].

Исследования в области психологии, проведенные выдающимися учеными, такими как А.Н. Леонтьев, А.Р. Лурия, и Д.Б. Эльконин, а также другими, внесли значительный вклад в понимание того, как эмоциональные связи и взаимодействие с родителями формируют психическое развитие ребенка.

Как отечественные, так и зарубежные исследователи обратили внимание на то, что родители зачастую неосознанно перенимают модель воспитания, которая была применена к ним самим их родителями. Этот аспект подчеркивает важность осознанного подхода к воспитанию и родительству.

Таким образом, можно заключить, что взаимоотношения в семье представляют собой многослойный феномен. Они зависят от типа семьи, роли, которую родители играют в ней, а также от стилей их взаимодействия с ребенком. Под воздействием этих факторов формируется личность ребенка, и нарушения в детско-родительских отношениях могут привести к отклонениям в его нормальном развитии и поведении.

1. Ломакин Д.И., Корнеев А.А., Курганский А.В., Мачинская Р.И. Склонность к риску и девиантное поведение у подростков // Российский журнал когнитивной науки – 2018. – том 5. – №4. – 14 с.

2. Александрова Е.С. Влияние детско-родительских взаимоотношений на формирование девиантного поведения у подростков // Материалы VIII Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум» – 2016. – 6 с.

3. Андреева Т.В. Семейная психология: учебное пособие. – Санкт-Петербург: Речь, 2015. – 224 с.

4. Габiani А.А. На краю пропасти: наркомания и наркоманы: учебное пособие. – Москва, 1990. – 223 с.

5. Кипрюшина А.А., Бобкова М.Г. Особенности детско-родительских отношений в дисфункциональной семье и их влияние на формирование эмоционального состояния личности подростка (на примере девиантных подростков) // Материалы VII Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум». – Текст: электронный. – URL: <https://scienceforum.ru/2015/article/2015017719?ysclid=1w4mdy1p41277077782> (дата обращения: 17.04.2024).

ТИПЫ ПРИВЯЗАННОСТИ И ВОСПРИЯТИЯ СЕМЬИ У МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ

И.С. Ким, магистрант

Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия

Аннотация. В данной работе показано как распределяются типы привязанности у детей 9–10 лет. Рассмотрены четыре типа привязанности: избегающая, тревожная, надежная и умеренно надежная. В работе использована теория Д.Боулби, для диагностики- опросник на оценку типа привязанности к матери в младшем школьном возрасте в адаптации Е.В. Пупыревой, и проективная методика «кинетический рисунок семьи». Выявлено, что дети данного возраста чувствительны к негативным проявлениям эмоционального климата семьи. На выборке из 130 учеников начальной школы 9–10 лет определено, что существует ряд показателей, говорящих о взаимосвязях исследуемых параметров.

Ключевые слова: типы привязанности, школьники, рисунок семьи, привязанность к матери.

TYPES OF ATTACHMENT AND PERCEPTION OF FAMILY IN PRIMARY SCHOOL CHILDREN

Abstract. This paper shows how attachment types are distributed in children aged 9-10 years. Four types of attachment are considered: avoidant, anxious, reliable and moderately reliable. The work uses the theory of D.Bowlby, for diagnosis - a questionnaire to assess the type of attachment to the mother in primary school age in the adaptation of E.V. Pupyreva, and the projective technique "kinetic drawing of the family". It was revealed that children of this age are sensitive to negative manifestations of the emotional climate of the family. Based on a sample of 130 primary school students aged 9–10, it was determined that there are a number of indicators indicating the interrelationships of the studied parameters.

Keywords: types of attachment, schoolchildren, family drawing, attachment to mother.

В настоящее время в психологической науке все более детально исследует развитие детей. Сегодняшние дети имеют возрастные характеристики описанные классиками психологии, но, они также имеют совершенно новые личностные качества. Кроме того, в психологической науке появляются новые категории, которые ранее не были известны. К таким категориям относятся типы привязанности. В качестве теоретического основания данного подхода выступает представление о привязанности и ее типах Дж. Боулби [1]. Он отмечал, что привязанность основывается на взаимоотношениях в семье, в частности-сродителями. Важное значение для жизни человека имеют взаимоотношения с родителями, особенно с матерью, которое оказывают особое влияние в период школьного детства, когда эти взаимоотношения проверяются на социальном уровне, как адаптация к школе, учебная успешность ребенка (Н.А. Аминов, В.Р. Малахова, В.С. Чернявская) [2].

Особенно важным возрастом является возраст 10 лет, который Г.А. Цукерман охарактеризовала как «Ничья земля в возрастной психологии» [3]. Для такого возраста характерны активность разного рода, рост способностей к саморегуляции, понимание этики взаимоотношений. Поэтому исследование детей данного возраста показывает, как соотносятся типы привязанности к родителям и результативность в социальной сфере.

Методика диагностики привязанностей М.В. Пупыревой позволяет проводить диагностику типов привязанностей школьников 9–10 лет. [4]. Но она не имеет шкалы социализации. Проективная методика «кинетический рисунок семьи» компенсирует эту проблему и дает дополнительные данные об отношении ребенка к семье.

Целью данной работы является изучение взаимосвязи тревожности, конфликтности и благоприятной семейной ситуации у школьников младшего школьного возраста. В работе проверялись следующие гипотезы:

- 1) благоприятная семейная ситуация является условием для надежной привязанности к маме;
- 2) уровни тревожности и конфликтности обратно пропорциональны благоприятной семейной ситуации и надежной привязанности

В исследовании приняли участие 130 детей возраста 9-10 лет муниципальных образовательных учреждений г. Владивостока, из них 67 девочек и 63 мальчика.

Комплекс методик включал в себя: Опросник на оценку типа привязанности к матери в младшем школьном возрасте, разработанный Е.В. Пупыревой на основе Шкалы Кернса, [4], проективная методика «Кинетический рисунок семьи» [5].

Обработка полученных данных проводилась с использованием метода математической статистики – корреляционного анализа по критерию Спирмена.

Кроме того, анализ рисунков проективной методики «Кинетический рисунок семьи» осуществлялся по количеству баллов, набранных при наличии определенных симптомов, по следующим показателям: 1) благоприятная семейная ситуация; 2) тревожность; 3) конфликтность в семье.

Результаты и их обсуждение.

Проанализировали соотношение количественных данных по типам привязанности и количество опрошенных респондентов, результаты которых представлены в рис. 1.

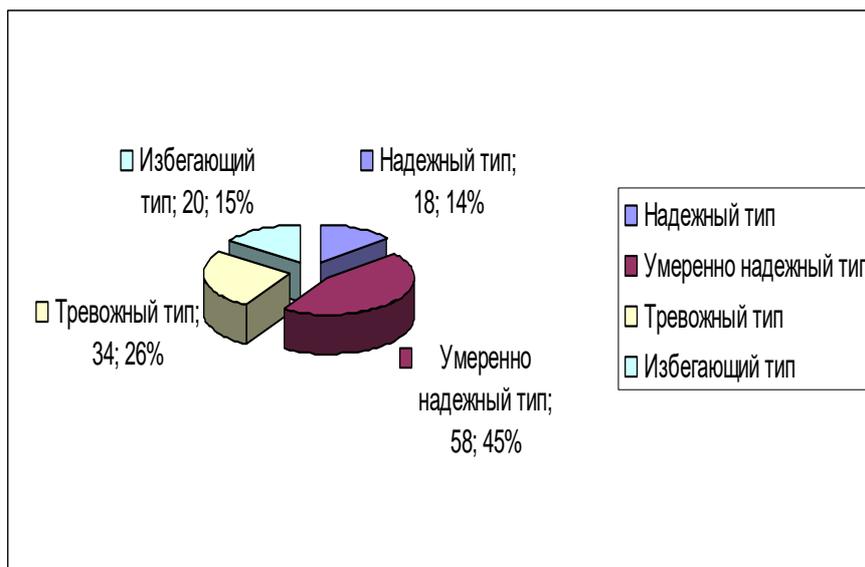


Рис. 1. Соотношение типов привязанностей

При проведении корреляционного анализа по критерию Спирмена количественных показателей по типу надежной привязанности и симптомокомплексам по кинетическому рисунку – благоприятная семейная ситуация, тревожность и конфликтность достоверных связей обнаружено не было.

При проведении корреляционного анализа по критерию Спирмена количественных показателей по типу умеренно надежной привязанности и симптомокомплексам по кинетическому рисунку – благоприятная семейная ситуация, тревожность и конфликтность достоверных связей обнаружено не было.

При проведении корреляционного анализа по критерию Спирмена количественных показателей по типу тревожной привязанности и симптомокомплексам по кинетическому рисунку «благоприятная семейная ситуация» и «конфликтность», была установлена отрицательная связь (-0.468), что возможно свидетельствует о том, что чем благоприятнее семейная среда, тем выше конфликтность. Кроме того, была установлена умеренная корреляционная связь (0.359) между симптомокомплексами «тревожность» и «конфликтность», что позволяет сделать предположительный вывод, что чем выше тревожность в семье, тем чаще случаются конфликтные ситуации.

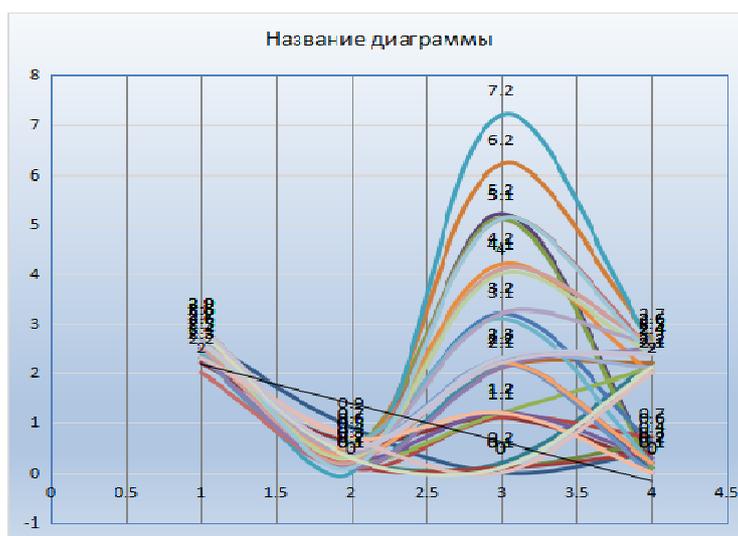


Рис. 2. Корреляционный анализ по критерию Спирмена

При проведении корреляционного анализа по критерию Спирмена количественных показателей по типу избегающей привязанности и симптомокомплексов по кинетическому рисунку «благоприятная семейная ситуация» и «тревожность» была установлена отрицательная корреляционная связь (-0.471), что возможно свидетельствует, что более благоприятная семейная атмосфера, тем выше тревожность.

Таким образом, несмотря на то, что гипотезы о существовании взаимосвязи между типами привязанности к матери и восприятия семьи не подтвердились, однако были отмечены преимущественные типы привязанностей, их процентное соотношение, что позволяет наметить планы на дальнейшее исследование.

1. Авдеева Н.Н. Теория привязанности: современные исследования и перспективы // Современная зарубежная психология. 2017. Т. 6. № 2. С. 7–14. DOI: 10.17759/jmfr.2017060201.

2. 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. – DOI 10.17223/17267080/82/6. – EDN ZNXSDK.

3. Цукерман Г.А. Десяти-двенадцатилетние школьники: "ничья земля" в возрастной психологии // Вопросы психологии. – 1998. – №3. – С. 17-31.

4. Пупырева Е.В. Эмоциональная привязанность к матери как фактор становления автономии личности в младшем школьном возрасте: дис. ...канд. психол. наук. – Москва, 2007. – 225 с.

5. Бернс Р.С., Кауфман С.Х. Кинетический рисунок семьи: введение в понимание детей через кинетические рисунки. – Москва: Смысл, 2000 – С. 20-21

УДК 159.9

КОГНИТИВНЫЕ ИСКАЖЕНИЯ, СОЦИАЛЬНЫЕ АКСИОМЫ, ТИПЫ МЫШЛЕНИЯ, ОТНОШЕНИЕ К РЕАЛЬНОСТИ У СТУДЕНТОВ С РАЗНЫМ УРОВНЕМ ДЕПРЕССИИ

М.Ю. Куланина, магистрант

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. В статье отражены полученные данные в ходе проведения исследования когнитивных искажений, социальных аксиом, типов мышления, отношения к реальности у студентов с разным уровнем депрессии. Также в статье отражены теоретические аспекты изучаемой проблемы, сделаны выводы, разработаны практические рекомендации.

Ключевые слова: студенты, депрессия, когнитивные искажения, социальные аксиомы, типы мышления.

COGNITIVE DISTORTIONS, SOCIAL AXIOMS, TYPES OF THINKING, ATTITUDE TO REALITY AMONG STUDENTS WITH DIFFERENT LEVELS OF DEPRESSION

Abstract. The article reflects the data obtained during the study of cognitive distortions, social axioms, types of thinking, attitude to reality among students with different levels of depression. The article also reflects the theoretical aspects of the problem under study, draws conclusions, and develops practical recommendations.

Keywords: students, depression, cognitive distortions, social axioms, types of thinking.

Депрессия среди студентов становится все более распространенной проблемой, влияющей на их академическую успеваемость, адаптацию к учебному процессу и общее благополучие [1, 2]. Исследование взаимосвязи когнитивных искажений, уровня отношения к реальности, типов мышления, социальных аксиом среди студентов с разным уровнем депрессии имеет большое значение для понимания того, какие конкретные когнитивные и социальные факторы могут увеличивать риск развития депрессивных симптомов. Понимание этих взаимосвязей может помочь улучшить подходы к профилактике и лечению депрессии у студентов, а также разработать более эффективные методы поддержки и помощи им в учебной среде.

В настоящее время количество людей, подверженных депрессии неуклонно растет. Так, по данным Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ), по состоянию на март 2023 года, во всем мире от депрессии страдает порядка 280 миллионов человек. В связи с этим данная проблема привлекает большое внимание со стороны общественности. Депрессия является довольно опасным психическим состоянием для человека, проявляющимся, по результатам исследования ВОЗ [3], следующими симптомами: подавленное настроение, чувство грусти, опустошенности, снижение концентрации внимания, нарушения сна, изменение аппетита и массы тела, отсутствие веры в будущее, патологическое чувство вины, сильная усталость, раздражительность. Нередко возникают и суицидальные мысли, несущие прямую опасность жизни и здоровью человека.

Современное общество характеризуется этапом серьезных перемен и требований по отношению к будущим молодым специалистам. Важность выявления депрессивных и тревожных настроений у студентов обусловлена темпом и напряженностью учебы, что предъявляет повышенные требования к компенсаторным механизмам психики, срыв которых приводит к социальным и психологическим конфликтам и к стрессу.

Депрессивное состояние у студентов является серьезной проблемой, которая может влиять на их академическую успеваемость, социальные взаимодействия и общее физическое и психическое здоровье. Существует множество факторов, которые могут способствовать возникновению депрессии у студентов, включая давление со стороны окружающих, неудачи в учебе, отсутствие поддержки и многие другие [4].

В связи с этим нами было предпринято изучение особенностей когнитивных искажений, социальных аксиом, типов мышления, отношение к реальности у студентов с разным уровнем депрессии. В исследовании приняли участие 65 студентов различных направлений подготовки: гостиничное дело, психология, информационные системы и технологии, лингвистика, менеджмент, реклама и пиар, юриспруденция, дизайн и др.) в возрасте 18-25 лет.

Для проведения исследования нами было использовано 5 методик: Опросник когнитивных ошибок (А. Фриман, Р. Девулф в адаптации А.Е. Боброва, Е.В. Файзрахмановой); Определение типа мышления (В.А. Ганзен, К.Б. Малышев, Л.В. Огинец в модификация Г.В. Резапкина); Методика исследования социальных аксиом (К. Leung, М. Bond в адаптации А.Н. Татарко, Н.М. Лебедевой); Шкала отношения к реальности (Авторы: R. Unger, R. Draper, M. Pendergrass в адаптации А.А. Фёдорова); Шкала депрессии (Аарон Бек в адаптации: Н.В. Тарабрина).

Перейдем к результатам исследования. По результатам шкалы депрессии были получены следующие результаты (табл. 1).

Таблица 1

**Результаты эмпирического исследования по шкале депрессии
(А. Бек в адаптации Н.В. Тарабрин)**

Шкала депрессии	Отсутствие депрессивных симптомов	Наличие депрессивных симптомов
	38	27

У большинства студентов отсутствуют депрессивные симптомы. Это говорит о том, что большинство студентов находятся в благоприятной социальной и образовательной среде, где они чувствуют себя комфортно, имеют поддержку со стороны преподавателей и сверстников, что способствует психологическому благополучию. Студенты обладают высоким уровнем самореализации, социальной активности, увлечений и средств выражения своего творческого потенциала, что также помогает им избегать депрессивных состояний. Студенты способны справляться с трудностями, адаптироваться к изменениям и переживать стресс без негативных последствий.

В результате проведения психодиагностического обследования респондентов при помощи опросника когнитивных ошибок нами были получены данные по 9 распространенным когнитивным ошибкам: персонализация, чтение мыслей, упрямство, морализация, катастрофизация, выученная беспомощность, максимализм, преувеличение опасности, гипернормативность (табл. 2).

**Результаты эмпирического исследования по опроснику когнитивных ошибок
(А. Фриман, Р. Девулф в адаптации А.Е. Боброва, Е.В. Файзрахмановой)**

Когнитивная ошибка	<u>Наличие когнитивной ошибки у студентов с отсутствием депрессивных симптомов</u>	<u>Отсутствие когнитивной ошибки у студентов с отсутствием депрессивных симптомов</u>	<u>Наличие когнитивной ошибки у студентов с наличием депрессивных симптомов</u>	<u>Отсутствие когнитивной ошибки у студентов с наличием депрессивных симптомов</u>
Персонализация	29	9	26	1
Чтение мыслей	32	6	22	5
Упрямство	2	36	5	22
Морализация	5	33	18	9
Катастрофизация	24	14	21	6
Выученная беспомощность	18	20	23	4
Максимализм	16	22	21	6
Преувеличение опасности	27	11	23	4
Гипернормативность	11	27	15	12

У студентов с отсутствием депрессивных симптомов выражены 4 когнитивные ошибки: персонализация, чтение мыслей, катастрофизация, преувеличение опасности. Это может выражаться в том, что студенты могут ошибочно считать, что неудача на экзамене является отражением их личной неспособности, даже если есть другие факторы, которые могли повлиять на результат. Студенты могут предполагать, что преподаватель думает о них негативно, даже если нет никаких доказательств, подтверждающих это. Студенты могут преувеличивать возможные негативные последствия незначительных событий, например, опоздания на занятие. Студенты могут переоценивать вероятность негативных событий, например, провала на экзамене.

У студентов с наличием депрессивных симптомов выражены 8 когнитивных ошибок: персонализация, чтение мыслей, морализация, катастрофизация, выученная беспомощность, максимализм, преувеличение опасности, гипернормативность. Такие студенты приписывают себе вину за негативные ситуации, даже если они не несут ответственности, ошибочно полагают, что знают, что другие думают о них, даже не имея доказательств, что может привести к негативным и самокритичным мыслям. Такие студенты чрезмерно критичны по отношению к себе и другим, они чувствуют себя виноватыми за свои ошибки и считают, что они заслуживают наказания. Студенты с депрессивными симптомами преувеличивают вероятность и серьезность негативных событий, что приводит к чрезмерному беспокойству и страху. Также они ощущают чувство безнадежности и беспомощности из-за чего студенты перестают предпринимать усилия, потому что считают, что их действия не принесут результатов. Такие студенты видят мир в черно-белых тонах, считая, что все либо идеально, либо ужасно, что приводит к нереалистичным ожиданиям и разочарованию. Также они чувствуют себя небезопасно даже в относительно безопасных ситуациях. Студенты с наличием депрессивных симптомов устанавливают чрезвычайно высокие стандарты для себя и других, что приводит к чувству неадекватности и вины, когда они не достигают этих стандартов.

Перейдем к результатам эмпирического исследования по определению типа мышления.

**Результаты эмпирического исследования по определению типа мышления
(В. А. Ганзен, К. Б. Малышев, Л. В. Огинец в модификации Г. В. Резапкина)**

Тип мышления	<u>Низкий уровень типа мышления у студентов с отсутствием депрессивных симптомов</u>	<u>Средний уровень типа мышления у студентов с отсутствием депрессивных симптомов</u>	<u>Высокий уровень типа мышления у студентов с отсутствием депрессивных симптомов</u>
Предметно-действенное	0	16	22
Абстрактно-символическое	19	15	4
Словесно-логическое	1	18	19

Тип мышления	<u>Низкий уровень типа мышления у студентов с отсутствием депрессивных симптомов</u>	<u>Средний уровень типа мышления у студентов с отсутствием депрессивных симптомов</u>	<u>Высокий уровень типа мышления у студентов с отсутствием депрессивных симптомов</u>
Наглядно-образное	2	9	27
Креативность	1	17	20
Предметно-действенное	1	15	11
Абстрактно-символическое	11	14	2
Словесно-логическое	4	13	10
Наглядно-образное	1	9	17
Креативность	0	18	9

Для студентов с отсутствием депрессивных симптомов характерны низкий уровень абстрактно-символического типа мышления и высокий уровень предметно-действенного, словесно-логического наглядно-образного, креативного типов мышления.

Студенты с отсутствием депрессивных симптомов более сосредоточены на конкретных, практических задачах, а не на абстрактных концепциях. Они испытывают трудности с пониманием и использованием символов, метафор и других абстрактных представлений. Студенты более склонны к использованию практических, физических действий для решения проблем и понимания мира. Они полагаются на манипулирование объектами и выполнение действий для обучения и решения задач. Такие студенты обладают сильными вербальными навыками и способностью к логическому рассуждению. Они хорошо понимают язык, читают и пишут, а также анализируют и интерпретируют информацию. Студенты с отсутствием депрессивных симптомов хорошо представляют и манипулируют визуальной информацией. Они используют образы, диаграммы и другие визуальные средства для понимания и обучения. Студенты обладают способностью генерировать новые идеи, решать проблемы нестандартным образом и находить творческие решения. Они открыты для новых идей и не боятся рисковать.

Для студентов с наличием депрессивных симптомов характерны средний уровень предметно-действенного, абстрактно-символического, словесно-логического, креативного и высокий уровень наглядно-образного типов мышления. Это связано с тем, что депрессия часто приводит к снижению когнитивных функций, таких как внимание, концентрация и память. Эти когнитивные нарушения могут затруднить выполнение задач, требующих этих типов мышления. Также депрессия часто приводит к повышенной склонности к размышлениям и самоанализу. Наглядно-образное мышление может помочь людям с депрессией визуализировать и обрабатывать свои мысли и чувства.

Студенты без депрессивных симптомов демонстрируют более низкий уровень абстрактного мышления, что может указывать на трудности с обработкой сложных и абстрактных концепций. Студенты с депрессивными симптомами демонстрируют более высокий уровень наглядно-образного мышления, что может указывать на склонность к конкретному и буквальному мышлению. Студенты с депрессивными симптомами имеют более сбалансированный профиль типов мышления, в то время как студенты без депрессивных симптомов демонстрируют более выраженные сильные и слабые стороны. Депрессивные симптомы могут влиять на когнитивные процессы, такие как внимание, память и обработка информации, что может приводить к трудностям с абстрактным мышлением. Студенты с депрессивными симптомами могут избегать сложных и абстрактных задач, что может привести к снижению уровня абстрактно-символического мышления. Наглядно-образное мышление может быть защитным механизмом для студентов с депрессивными симптомами, позволяя им сосредоточиться на конкретных и управляемых аспектах своего окружения.

Перейдем к результатам исследования по методике исследования социальных аксиом.

Студенты без депрессивных симптомов верят в линейную причинно-следственную связь между усилиями и результатами, в то время как студенты с депрессивными симптомами признают более сложные и неопределенные факторы, влияющие на результаты. Студенты без депрессивных симптомов могут быть более мотивированы на достижение целей, в то время как студенты

с депрессивными симптомами могут испытывать трудности с мотивацией из-за своего восприятия мира как сложного и непредсказуемого.

Таблица 4

Результаты эмпирического исследования по методике исследования социальных аксиом (К. Leung, М. Bond в адаптации А.Н. Татарко, Н.М. Лебедевой)

Социальная аксиома	<u>Выраженность социальных аксиом у студентов с отсутствием депрессивных симптомов</u>	<u>Выраженность социальных аксиом у студентов с наличием депрессивных симптомов</u>
Социальный цинизм	1	1
Социальная сложность	13	16
Награда за усилия	21	9
Религиозность	3	1
Контроль судьбы	0	0

Перейдем к результатам исследования по шкале отношения к реальности.

Таблица 5

Результаты эмпирического исследования по шкале отношения к реальности (Авторы: R. Unger, R. Draper, M. Pendergrass в адаптации А.А. Фёдорова)

Шкала отношения к реальности	<u>Высокие показатели у студентов с отсутствием депрессивных симптомов</u>	<u>Низкие показатели у студентов с отсутствием депрессивных симптомов</u>
		32
Шкала отношения к реальности	<u>Высокие показатели у студентов с наличием депрессивных симптомов</u>	<u>Низкие показатели у студентов с наличием депрессивных симптомов</u>
		17

Для студентов с наличием депрессивных симптомов и для студентов с отсутствием депрессивных симптомов. Характерен высокий показатель отношения к реальности. Это говорит о том, что большинство студентов имеют позитивистский взгляд на реальность. То есть они демонстрируют доминирующую тенденцию соглашаться с утверждениями, согласно которым реальность стабильна, необратима и детерминирована; соглашаются с утверждениями о биологической и интрапсихической (а не средовой или социальной) причинности; верят в индивидуальную, а не социальную детерминацию власти и статуса; демонстрируют общее принятие существующего положения вещей; верят в успешное функционирование науки как общественного института, а также в то, что научный успех – это результат заслуг.

Расчёты по критерию Манна-Уитни показали, что по шкалам персонализация, морализация, катастрофизация, выученная беспомощность выявлены значимые различия на уровне статистической значимости 0,01. По шкалам максимализм, преувеличение опасности, гипернормативность, отношения к реальности выявлены значимые различия на уровне статистической значимости 0,05.

Таблица 6

Результаты расчётов по критерию Манна-Уитни

Показатели	Персонализация	Морализация	Катастрофизация	Выученная беспомощность	Максимализм	Преувеличение опасности	Гипернормативность	Шкала ОтКРеал
Статистика U Манна-Уитни	180,500	213,000	241,500	213,500	280,500	286,000	341,500	327,500
Асимпт. знч. (двухсторонняя)	,000	,000	,000	,000	,002	,002	,018	,012

На основе результата анализа, мы можем говорить о том, что у студентов с отсутствием депрессивных симптомов выраженность когнитивных ошибок: персонализация, морализация, катастрофизация, выученная беспомощность, максимализм, преувеличение опасности, гипернормативность достоверно ниже чем у студентов с наличием депрессивных симптомов.

Студенты с отсутствием депрессивных симптомов, как правило, имеют более высокую самооценку и чувство собственного достоинства. Это может сделать их менее склонными к тому, чтобы винить себя за негативные события (персонализация) или испытывать чрезмерное чувство вины или стыда (морализация). Студенты с отсутствием депрессивных симптомов обладают лучшими навыками совладания, которые помогают им справляться со стрессовыми ситуациями и негативными эмоциями. Это может сделать их менее склонными к катастрофизации, выученной беспомощности и преувеличению опасности. Студенты с отсутствием депрессивных симптомов, как правило, имеют более реалистичные ожидания в отношении себя и других. Это делает их менее склонными к установлению нереалистично высоких стандартов (максимализм) или к чрезмерной критичности и требовательности к себе и другим (гипернормативность).

Также мы можем говорить о том, что у студентов с отсутствием депрессивных признаков уровень шкалы отношения к реальности достоверно выше, чем у студентов с наличием депрессивных симптомов.

Депрессивные симптомы приводят к когнитивным искажениям и это приводит к нереалистическому и негативному взгляду на мир, что снижает уровень отношения к реальности. Депрессивные симптомы связаны с изменениями в нейрохимии мозга, которые влияют на восприятие реальности. Например, снижение уровня серотонина может привести к негативному мышлению и снижению уровня отношения к реальности.

Вывод.

Гипотеза нашла свое подтверждение лишь частично. Когнитивные искажения и отношение к реальности связаны с эмоциональным состоянием человека, включая уровень депрессивных симптомов. Тип мышления и социальные аксиомы могут быть менее зависимы от эмоционального состояния и более связаны с индивидуальными особенностями личности, обучением и жизненным опытом. Поэтому при сравнении студентов с наличием и отсутствием депрессивных симптомов не были выявлены достоверные различия в типе мышления и социальных аксиомах.

1. Why Are College Students So Depressed? – Текст: электронный // verywellmind. – URL: <https://www.verywellmind.com/depression-in-college-students-7693236>;

2. Негативные последствия образования: депрессия учащихся школ и университетов – Текст: электронный // Russia Forbes education. – URL: <https://education.forbes.ru/tpost/6nu35plc61-negativnie-posledstviya-obrazovaniya-dep>;

3. Депрессивное расстройство (депрессия) – Текст: электронный // Всемирная организация здравоохранения. – URL: <https://www.who.int/ru/news-room/fact-sheets/detail/depression>;

4. Филиппова И.Д. Изучение риска развития депрессивных состояний в студенческой среде. – Текст: электронный // Смоленский медицинский альманах. – 2021. – №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/izuchenie-riska-razvitiya-depressivnyh-sostoyaniy-v-studencheskoy-srede>.

УДК 159.9

ОТНОШЕНИЕ К ТЕЛУ У СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

К.И. Марамчина, специалист

Т.В. Капустина, доцент

*Тихоокеанский государственный медицинский университет
Владивосток, Россия*

Аннотация. В статье представлены результаты эмпирического исследования отношения к собственному телу у современной молодежи. В исследовании приняли участие 30 человек, 15 юношей и 15 девушек в возрасте от 16 до 24 лет. Также был проведен сравнительный анализ с результатами исследования на аналогичную тему, проведенного в 2006 г.

Ключевые слова: отношение к телу, современная молодежь, тело, удовлетворенность телом, самооценка.

ATTITUDE TO ONE'S OWN BODY AMONG MODERN YOUTH

Abstract. The article presents the results of an empirical study of attitudes towards one's own body among modern youth. The study involved 30 people, 15 boys and 15 girls aged 16 to 24 years. A comparative analysis was also carried out with the results of a study on a similar topic.

Keywords: attitude to the body, modern youth, body, body satisfaction, self-esteem.

Тема отношения к собственному телу является актуальной и важной, особенно в наши дни. Отношение к своему телу является неотъемлемой частью становления личности [2, с. 58], в период юности молодежь продолжает познавать себя, поэтому тема отношения к своему телу для молодежи является наиболее актуальной. Юноши и девушки изучают свое тело и либо принимают его, либо нет. На становление отношения к своему телу не последнюю роль играет медиапространство, в котором представлены различные блоги, видео и статьи на тему тела. В то же время молодежь начинает как бессознательно, так и осознанно сравнивать свою внешность с внешностью других. И хотя в Интернете на данный момент пропагандируется культура принятия себя, люди все еще сталкиваются с неудовлетворенностью собой, когда видят на просторах сети человека с «идеальной» внешностью. Также никуда не ушли такие стандарты красоты, как стройность для девушек и накаченное тело для юношей. Вопросы, касающиеся отношения к своему телу, не только обсуждаются среди людей, как в жизни, так и в Интернет-пространстве, но также являются объектом психологических исследований. Темы образа тела, отношения к собственному телу являются особенно популярными для проведения исследований. Так, например, Е.В. Филиппова, М.В. Булыгина, О.В. Коваль, Ю.А. Филиппова и Е.А. Ерохина проводили исследование на тему отношение к собственному телу у современных подростков среди 226 человек [5, с. 2]. Также примером исследования отношения к своему телу является исследование Н.А. Авдютиной в 2016 году, в котором приняли участие 120 студентов [1, с. 80]. Также на отношение к собственному телу влияет гендерная принадлежность [4, с. 2]. Это связано с тем, что у девушек и юношей сами понятия красота, а также стандарты данной красоты отличаются. В различных теоретических статьях на тему отношения к собственному телу возникает вопрос о том, меняется ли отношение к своему телу среди молодежи разных поколений и насколько сильно. Для ответа на данный вопрос мы взяли за основу исследование 2006 года на отношение к телу у молодежи В.Г. Сахаровой [3, с. 68], чтобы сравнить результаты, насколько сильно они отличаются и отличаются ли вообще.

Целью настоящего исследования является описать отношение к телу у современной молодежи и провести сравнительный анализ с результатами аналогичного исследования 2006 года. Задачами настоящего исследования являются проведение теоретического анализа психологической литературы на тему отношения к собственному телу, рассмотрение методов диагностики отношения к собственному телу и проведение эмпирического исследования отношения к собственному телу у юношей и девушек.

Общую выборку исследования представляли 30 респондентов, 15 юношей и 15 девушек в возрасте от 16 до 24 лет соответственно. В исследовании использовались такие методы, как анкетирование и тестирование, а также проективный метод. Данные методы включали в себя такие методики, как анкета для изучения отношения к собственному телу, опросник «Оценка образа тела», а также проективная методика «Цветомузыка недовольства собственным телом» (САРТ) О. Вуле и С. Ролла в адаптации В.Г. Сахаровой [3, с. 120]. Также в исследовании использовались методы статистического анализа: медианный тест, непараметрический U-критерий Манна-Уитни.

Таким образом, были получены следующие результаты.

По результатам анкеты для изучения отношения к собственному телу (табл. 1) юноши более удовлетворены своим весом на данный момент, чем девушки. Это может быть связано с нынешними стандартами красоты для девушек. Большинство юношей и девушек оценивают удовлетворенность своим телом на 4 балла из 5, что говорит о том, что по большей части молодежь принимает свое тело, но в то же время есть части тела, которые молодежь не устраивают. И юношам, и девушкам чаще всего приятно слышать комплименты о своей внешности от окружающих. Любимыми частями тела у юношей считаются лицо и руки. Это связано с тем, что для юношей красота и сила являются тождественными понятиями, а руки считаются критерием силы, мужественности

и сексуальности [4, с. 73]. Лицо также является сексуально привлекательной частью тела. У девушек любимыми частями тела чаще всего являются талия и ноги, что также считаются наиболее сексуально привлекательными [4, с. 73]. На вопрос о самой нелюбимой части тела большинство юношей ответили «такой нет», тогда как большинство девушек назвали ноги, либо также ответили «такой нет». Это может быть связано с тем, что девушки более критично относятся к своему телу, чем юноши.

Таблица 1

Результаты анкеты для изучения отношения к собственному телу

Вопрос	Юноши	Девушки
Удовлетворены ли Вы своим весом?	Да (8 человек); Нет (7 человек).	Да (6 человек); Нет (9 человек).
Как Вы оцениваете удовлетворенность собственным телом?	4 балла (10 человек); 3 балла (5 человек).	4 балла (7 человек); 3 балла (5 человек); 5 баллов (2 человека); 1 балл (1 человек).
Сравнивали ли Вы Вашу внешность с внешностью популярных людей?	Иногда (10 человек); Часто (3 человека); Никогда (2 человека).	Иногда (8 человек); Никогда (4 человека); Часто (2 человека); Всегда (1 человек).
Как вы ощущаете себя, когда Вам делают комплимент?	Приятно (12 человек); Смущаюсь (2 человека); Не могу принять (1 человек).	Приятно (9 человек); Смущаюсь (5 человек); Привыкла слышать (1 человек).
Любимая(ые) части тела, которыми Вы гордитесь?	Руки (5 человек); Лицо (4 человека).	Талия (5 человек); Ноги (4 человека).
Назовите свою самую нелюбимую часть тела.	Такой нет (7 человек).	Ноги/Такой нет (4 человека).
Придерживались ли Вы когда-либо диеты самостоятельно с целью сбросить вес?	Да (8 человек); Нет (7 человек).	Да (10 человек); Нет (5 человек).
ИМТ	Норма (9 человек); Ожирение I степени (4 человека); Дефицит (2 человека).	Норма (14 человек); Дефицит (1 человек).

Для выявления результатов по опроснику «Оценка образа тела» был проведен медианный тест (табл. 2). По показателям «удовлетворенность телом», «эмоциональный компонент тела» и «физический компонент тела» у юношей показатель медианы больше, чем у девушек. По «социальному компоненту» и «самооценочному компоненту» у девушек показатель медианы больше, чем у юношей. Для проверки достоверности различий был проведен статистический анализ с критерием Манна-Уитни (табл. 3). По результатам статистического анализа различие только в «самооценочном компоненте» оказалось достоверным ($p < 0,05$). Это означает, что у девушек самооценка ниже, чем у юношей. Это выражается в критике своей внешности и большей неудовлетворенностью своим телом. Причиной низкой самооценки у большинства девушек может быть медиа-пространство. Из-за того, что девушки чаще транслируют свою внешность в социальных сетях путем выкладывания своих фотографий или ведения своего блога, чем юноши, девушки начинают сравнивать свою внешность и внешность других девушек, так как контент в социальных сетях чаще всего отредактирован.

Таблица 2

Результаты медианного теста по опроснику «Оценка образа тела»

Показатель	Юноши	Девушки
Удовлетворенность телом	132	120
Социальный компонент тела	41	44
Эмоциональный компонент тела	96	94
Физический компонент тела	109	103
Самооценочный компонент тела	45	55

**Результаты сравнения компонентов образа тела у юношей и девушек
с помощью U-критерия Манна-Уитни**

Показатели	Группы М/Ж	Критерий Манна- Уитни (U)	Значения верхних критических точек (Z-adj)	Уровень достовер- ности (p-level)
Удовлетворенность телом	М/Ж	70,0	1,76	0,081
Социальный компонент тела	М/Ж	109,0	-0,15	0,902
Эмоциональный компонент тела	М/Ж	99,0	0,56	0,594
Физический компонент тела	М/Ж	75,5	1,54	0,126
Самооценочный компонент тела	М/Ж	31,0	-3,39	0,000

Результаты методики САРТ были объединены в три группы: части тела, которые чаще всего не удовлетворяют (части тела, окрашенные в красный и желтый цвета); части тела, к которым относятся нейтрально (окрашенные в серый цвет); части тела, которые чаще всего удовлетворяют (окрашены в зеленый и голубой цвета). По результатам проведения проективной методики у юношей частями тела, которые их чаще всего не удовлетворяют, являются живот, плечи и бедра. Это связано с тем, что для таких частей тела требуются занятия спортом, чтобы придать им рельеф и либо уменьшить (живот), либо увеличить их в объеме (плечи), чтобы соответствовать такому стандарту красоты, как накаченное и рельефное тело. Нейтральное отношение у юношей чаще всего к стопам, половому органу и ягодицам. Это связано с тем, что данные части тела чаще всего открыто не видны другим людям и не входят в стандарты красоты. Юношей чаще всего удовлетворяют лицо, предплечья и голени, так как все эти части тела являются сексуально привлекательными для противоположного пола (лицо, предплечья), а также признаком силы (предплечья и голени). Также для данных частей тела чаще всего нет необходимости прилагать усилия в виде занятий спортом, чтобы улучшить их. Девушек чаще всего не удовлетворяют живот, бедра и нос. Живот и бедра являются сексуально и эстетически привлекательными, а также в данных частях тела чаще всего откладывается жир, что не соотносится со стандартом красоты для девушек – плоский живот, худые ноги. Нос может не удовлетворять из-за развития популярности ринопластики, где нос делают маленьким и прямым. Из-за этого у девушек появляются комплексы, что их нос непривлекателен и его надо изменить. Нейтральное отношение у девушек чаще всего к груди, плечам, стопам, половому органу, голени, спине и шее. Данные части тела также либо не видны другим людям, либо не являются значимыми. Чаще всего девушек удовлетворяют предплечья, волосы, ключицы, ягодицы и ладони. Все эти части тела являются эстетически красивыми для девушек.

Было проведено сравнение результатов нашего исследования с исследованием В.Г. Сахаровой 2006 года с целью выявить изменились ли части тела, которые удовлетворяют или не удовлетворяют молодежь (таблицы 4-5). У юношей в исследовании 2006 года частями тела, которые чаще всего не удовлетворяют, являются живот, плечи и грудь. С результатами нашего исследования совпали такие части тела, как живот и плечи. Вероятно, грудь перестала не удовлетворять юношей из-за тенденции к спорту, благодаря которой данная часть тела поддается изменениям. Частями тела, которые чаще всего удовлетворяют в исследовании 2006 года, являются лицо, предплечья и волосы. С результатами нашего исследования совпали лицо и предплечья. Волосы на данный момент являются частью тела, к которой относятся нейтрально. На сегодняшний день нет моды на определенную прическу, каждый сам выбирает, как уложить или подстричь волосы. Фокус внимания больше смещен на тело без учета волос. У девушек в исследовании 2006 года частями тела, которые чаще всего не удовлетворяют, являются бедра, живот, ягодицы и голени. С результатами нашего исследования совпали бедра и живот. Благодаря популяризации спорта девушки с помощью упражнений могут изменить объем ягодиц и голени, также благодаря тенденции «принятия себя» девушкам становится легче принимать себя такими, какими они есть. Частями тела, которые чаще всего удовлетворяют в исследовании 2006 года, являются предплечья, волосы, ладони, ступни и грудь. С результатами нашего исследования совпали такие части тела, как предплечья, волосы и ладони. Грудь и ступни являются частями тела, к которым в нашем исследовании нейтральное отношение. Благодаря тенденции «принятия себя» девушки стали меньше обращать внимание на размер своей груди, так как исчезли стандартные параметры «90-60-90».

Сравнение результатов нашего исследования с результатами исследования 2006 года у юношей

Наше исследование (2024)	Исследование, проведенное В.Г. Сахаровой (2006)
1. Части тела, которые удовлетворяют	
Лицо	Лицо
Предплечья	Предплечья
Голени	Волосы
2. Части тела, которые не удовлетворяют	
Живот	Живот
Плечи	Плечи
Бедра	Грудь

Таблица 5

Сравнение результатов нашего исследования с результатами исследования 2006 года у девушек

Наше исследование (2024)	Исследование, проведенное В.Г. Сахаровой (2006)
1. Части тела, которые удовлетворяют	
Предплечья	Предплечья
Волосы	Волосы
Ладони	Ладони
Ягодицы	Ступни
Ключицы	Грудь
2. Части тела, которые не удовлетворяют	
Бедра	Бедра
Живот	Живот
Плечи	Плечи
Нос	Голени

Таким образом, проведенное исследование позволяет сделать вывод о наличии различий между отношением к своему телу у юношей и девушек. Юноши более удовлетворены своим телом, чем девушки. Чаще всего юноши принимают свое тело таким, какое оно есть и не пытаются в нем что-то изменить. У девушек самооценка ниже, чем у юношей. Это может быть объяснено влиянием Интернет пространства, в котором транслируются мотивационные ролики на тему создания «лучшей версии себя». Также можно сделать вывод о том, что отношение к своему телу у молодежи за 18 лет изменилось – появилось больше частей тела, которыми современная молодежь удовлетворена. Так произошло из-за влияния темы «принятия себя», когда и юноши, и девушки пытаются принять свою уникальность и индивидуальность. Но также параллельно с принятием себя в масс-медиа популярна тема идеальности, постоянной работы над собой, изменением тела путем диет и операций. Поэтому как в наше время, так и 18 лет назад молодежь не будет удовлетворена собственным телом полностью.

1. Авдютина Н.А. Образ тела как компонент самосознания в юношеском возрасте // Общие вопросы социально-педагогической деятельности. Научный журнал Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. 2016. № 10. С. 77-85.

2. Ерохина Е.А., Филиппова Е.В. Образ тела и отношение к своему телу у подростков: семейные и социокультурные факторы влияния (по материалам зарубежных исследований) // Современная зарубежная психология. 2019. № 4. С. 57-68.

3. Сахарова В.Г. Диагностика отношения к телу методикой САРТ. Владивосток: Мор. гос. ун-т им. адм. Г.И. Невельского, 2006. 131 с.

4. Улыбина Е.В. Связь отношения к телу с гендерными характеристиками в юношеском возрасте // Психологические исследования. 2011. № 4 (18). С. 1-12.

5. Филиппова Е.В., Булыгина М.В., Коваль О.В., Филиппова Ю.А., Ерохина Е.А. Отношение к собственному телу как фактор психологического благополучия современных подростков // Сборник статей VII Всероссийской научно-практической конференции по психологии развития «Возможности и риски цифровой среды». 2019. №4. С. 1-3.

УДК 159.9

КОГНИТИВНЫЕ ИСКАЖЕНИЯ У МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ С ВЫСОКИМ УРОВНЕМ СОЦИАЛЬНОЙ ТРЕВОГИ

А.Ю. Мельникова, бакалавр

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Аннотация. В статье рассматривается взаимосвязь когнитивных искажений с высоким уровнем социальной тревоги. Социальная тревога и когнитивные искажения оказывают влияние на социальную адаптацию молодых людей. Полученные данные показали, что когнитивные искажения более выражены у людей с высоким уровнем социальной тревоги. Результаты исследования могут стать основой практических рекомендаций для студентов и преподавателей.

Ключевые слова: социальная тревога, когнитивные искажения, социальная адаптация, ошибки в мышлении.

COGNITIVE DISTORTIONS IN YOUNG ADULTS WITH HIGH LEVELS OF SOCIAL ANXIETY

Abstract. The article examines correlation between cognitive distortions and high levels of social anxiety. Social anxiety and cognitive distortions affect the social adaptation of young adults. The findings showed that cognitive distortions are more pronounced in people with high levels of social anxiety. The results of the study may become the basis for practical recommendations for students and teachers.

Keywords: social anxiety, cognitive distortions, social adaptation, errors in thinking.

Понятие «когнитивные искажения» было введено Д. Канеманом и А. Тверски в 1972 г. [4] и получило широкое распространение в культуре. Под когнитивными искажениями понимаются «систематические ошибки в мышлении или шаблонные отклонения, которые возникают на основе дисфункциональных убеждений, внедренных в когнитивные схемы, и которые легко обнаруживаются при анализе автоматических мыслей». Такие ошибки возникают не случайно, а предсказуемо в ответ на комплекс определенных обстоятельств.

Когнитивные искажения могут привести к ошибкам в оценке ситуации, принятии решений и взаимодействии с другими людьми, так как из-за наличия когнитивного искажения человек склонен делать логически необоснованные выводы.

Некоторые ученые полагают, что когнитивные искажения лежат в основе механизма возникновения социальной тревоги. Так, одной из самых популярных моделей социальной тревоги является когнитивно-поведенческая модель Р. Рэйпи, Г. Хаймберга, согласно которой в основе социальной тревоги лежат когнитивные искажения в представлениях о себе и окружающих. При социальной тревоге люди склонны оценивать свое поведение значительно строже, чем это делают окружающие, что, в свою очередь, свидетельствует о связи социальной тревоги и перфекционизма [2].

В современной психологии под социальной тревогой понимают ощущение дискомфорта, проявляющееся в социальных ситуациях, таких как общение с малознакомыми людьми, публичное выступление, собеседование, проявление себя в обществе, знакомство с противоположным полом и т.п. [3]. Таким образом, социальная тревога – это тревога, триггером которой являются ситуации социального взаимодействия. Социальная тревога может влиять на академическую успеваемость, на достижения в профессиональной сфере, мешать развитию дружбы и отношений с

противоположным полом, а в крайних своих проявлениях привести к полной социальной изоляции и инвалидизации субъекта.

Нестабильные условия современного мира (социальные, политические и экономические), развитие коммуникации в интернете и как следствие уменьшение количества «живого» общения ведут к снижению социальной и эмоциональной адаптации и возникновению социальной тревоги у людей. Молодые люди больше всего подвержены возникновению социальной тревоги в силу своих возрастных особенностей и ведущих потребностей в общении и признании. Страх негативной оценки, насмешек и публичной неудачи в ситуациях социального взаимодействия становится непростым переживанием и трудным испытанием в юности [1]. Система образования создает множество ситуаций, способных стать триггером для социальной тревоги – защита работы, ответ на экзамене, знакомство с большим количеством новых людей. В связи с этим крайне важно изучить взаимосвязь когнитивных искажений с уровнем социальной тревожности.

Нами была выдвинута следующая гипотеза: у молодых людей с высоким уровнем социальной тревоги будут более выражены различные когнитивные искажения по сравнению с молодыми людьми с низким уровнем социальной тревоги.

Цель исследования – определить взаимосвязь между высоким уровнем социальной тревоги и выраженностью когнитивных искажений.

Для достижения цели и проверки гипотезы нами были использованы следующие методы:

1. Анализ литературы по проблеме исследования, обобщение, сравнение и систематизация эмпирических и теоретических данных.

2. Эмпирический метод:

– методы психодиагностического исследования, проведение опроса респондентов с помощью комплекса опросников;

– методы математической обработки — для изучения взаимосвязи когнитивных искажений и уровня социальной тревоги был использован корреляционный анализ г-Спирмена, для выявления различия между двумя независимыми выборками был использован U-критерий Манна-Уитни.

В данном исследовании использовались следующие методики:

1. Методика «Опросник социальной тревоги и социофобии (ОСТиСФ)» – О.А. Сагалакова, Д.В. Труевцев.

2. Методика «Шкала социальной тревожности Либовица» в адаптации И.В. Григорьевой, С.Н. Ениколопова.

3. Методика «Опросник когнитивных ошибок (СМО)» – А. Фриман, Р. Девулф в адаптации А.Е. Боброва, Е.В. Файзрахмановой.

Выборку составили 59 человек в возрасте от 18 до 35 лет (16 мужчин и 43 женщины). Выборка была разделена на две группы по результатам методики ОСТиСФ: молодые люди с низким уровнем социальной тревоги (30 человек) и молодые люди с высоким уровнем социальной тревоги (29 человек).

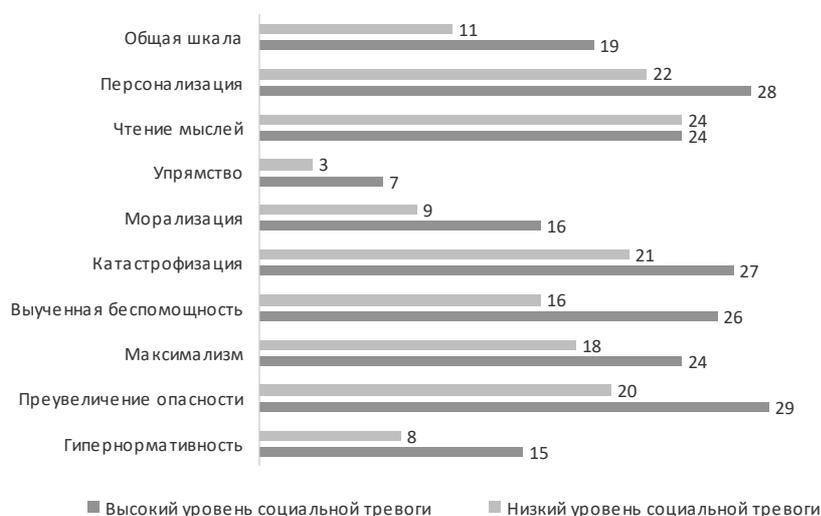


Рис. Количество респондентов с низким и высоким уровнем социальной тревоги с выраженными когнитивными искажениями

Когнитивные искажения выражены и у молодых людей с низким уровнем социальной тревоги, и у молодых людей с высоким уровнем социальной тревоги. Когнитивное искажение «Чтение мыслей» одинаково выражено в обеих группах. Когнитивное искажение «Упрямство» выражено у меньшего количества людей, чем другие когнитивные искажения.

Таблица 1

Значения U-критерия Манна-Уитни для шкал методики «Опросник когнитивных ошибок (СМQ)»

Шкала методики	$U_{\text{эмп}}$	$U_{\text{кр}} (\alpha = 0,05)$	Достоверность различия между группами
Общая шкала	233,5	305	Различия достоверны
Персонализация	229	305	Различия достоверны
Чтение мыслей	447	305	Различия не достоверны
Упрямство	371,5	305	Различия не достоверны
Морализация	277,5	305	Различия достоверны
Катастрофизация	204,5	305	Различия достоверны
Выученная беспомощность	183,5	305	Различия достоверны
Максимализм	272	305	Различия достоверны
Преувеличение опасности	330,5	305	Различия не достоверны
Гипернормативность	277	305	Различия достоверны

Различий в выраженности когнитивных искажений «Чтение мыслей», «Упрямство» и «Преувеличение опасности» в группах молодых людей с высоким и низким уровнем социальной тревогой не выявлено. Этот факт указывает на то, что проявление вышеперечисленных когнитивных искажений не связано с уровнем социальной тревоги индивида.

Когнитивные искажения «Персонализация», «Морализация», «Катастрофизация», «Выученная беспомощность», «Максимализм» и «Гипернормативность» связаны с уровнем социальной тревоги и чаще выражены у молодых людей с высоким уровнем социальной тревоги.

Наибольшие различия между группами по выраженности когнитивного искажения выявлены по шкале «Выученная беспомощность». Это указывает на то, что когнитивное искажение «Выученная беспомощность» чаще выражено у молодых людей с высокой социальной тревогой, нежели у молодых людей с низкой социальной тревогой.

Далее нами была рассмотрена связь уровня социальной тревоги с выраженностью различных когнитивных искажений. Для этого нами была проанализирована корреляционная связь шкал методик «Опросник когнитивных ошибок (СМQ)» и «Шкала социальной тревожности Либовица».

Таблица 2

Корреляция между шкалами методик «Опросник когнитивных ошибок (СМQ)» и «Шкала социальной тревожности Либовица»

Показатели	Общая шкала	Персонализация	Чтение мыслей	Упрямство	Морализация	Катастрофизация	Выученная беспомощность	Максимализм	Преувеличение опасности	Гипернормативность
Общая шкала	0,55	0,52	0,21	0,22	0,44	0,46	0,64	0,52	0,45	0,37
Страх	0,55	0,51	0,15	0,24	0,41	0,46	0,66	0,52	0,46	0,40
Избегание	0,53	0,52	0,26	0,22	0,48	0,44	0,61	0,49	0,41	0,33
Межличностный контакт: страх	0,54	0,46	0,17	0,27	0,43	0,46	0,59	0,56	0,39	0,36
Межличностный контакт: избегание	0,52	0,47	0,19	0,25	0,48	0,46	0,55	0,53	0,38	0,32

Показатели	Общая шкала	Персонализация	Чтение мыслей	Упрямство	Морализация	Катастрофизация	Выученная беспомощность	Максимализм	Преувеличение опасности	Гипернормативность
Формальное общение: страх	0,39	0,40	0,07	0,12	0,27	0,36	0,54	0,36	0,37	0,33
Формальное общение: избегание	0,43	0,45	0,22	0,14	0,42	0,37	0,54	0,42	0,43	0,25
Общественные места: страх	0,46	0,48	0,27	0,27	0,33	0,31	0,42	0,40	0,35	0,36
Общественные места: избегание	0,31	0,33	0,37	0,19	0,20	0,10	0,25	0,21	0,14	0,22

Достоверный уровень корреляции обнаружен не во всех случаях. Так, например, шкала «Гипернормативность» не коррелирует ни с одной шкалой из методики «Шкала социальной тревожности Либовица», что указывает на слабую связь между уровнем социальной тревоги и отождествлением индивида с социальными нормами, перфекционизмом, стремлением обезопасить себя за счет тщательного следования нормам и социальным предписаниям. Также, шкала «Общественные места: избегание» не коррелирует со шкалами методики «Опросник когнитивных ошибок (СМQ)», что может указывать на то, что избегание совершения личных действий в общественных местах не связано с выраженностью когнитивных искажений. Шкалы «Чтение мыслей» и «Упрямство» также не коррелируют со шкалами методики «Шкала социальной тревожности Либовица», что подтверждает полученные ранее данные об отсутствии статистически значимого различия выраженности данных когнитивных искажений в группах людей с высокой и низкой социальной тревогой.

Шкала «Выученная беспомощность» коррелирует со всеми шкалами методики «Шкала социальной тревожности Либовица», кроме шкалы «Общественные места: избегание», что подтверждает наш вывод о том, что данное когнитивное искажение в большей степени связано с уровнем социальной тревоги у молодых людей. Исходя из этого, мы можем предположить, что обесценивание собственного «я», принижение своих возможностей и способностей, сопряженное со стремлением снять с себя ответственность за жизненные неудачи, и декларирование пессимистической установки чаще встречается у молодых людей с высоким уровнем социальной тревоги.

Далее мы проанализировали корреляцию между шкалами методик «Опросник когнитивных ошибок (СМQ)» и «Опросник социальной тревоги и социофобии (ОСТиСФ)».

Таблица 3

**Корреляция между шкалами методик «Опросник когнитивных ошибок (СМQ)»
и «Опросник социальной тревоги и социофобии (ОСТиСФ)»**

Показатель	Общая шкала	Персонализация	Чтение мыслей	Упрямство	Морализация	Катастрофизация	Выученная беспомощность	Максимализм	Преувеличение опасности	Гипернормативность
Общая шкала	0,54	0,53	0,10	0,29	0,39	0,51	0,65	0,49	0,41	0,36
Шкала 1	0,53	0,55	0,13	0,29	0,34	0,50	0,59	0,48	0,37	0,32

Показатель	Общая шкала	Персонализация	Чтение мыслей	Упрямство	Морализация	Катастрофизация	Выученная беспомощность	Максимализм	Преувеличение опасности	Гипернормативность
Шкала 2	0,51	0,49	0,21	0,29	0,36	0,48	0,60	0,48	0,41	0,34
Шкала 3	0,55	0,46	0,25	0,30	0,49	0,53	0,48	0,57	0,36	0,44
Шкала 4	0,51	0,47	0,11	0,28	0,35	0,44	0,65	0,45	0,42	0,28
Шкала 5	0,45	0,48	0,10	0,27	0,35	0,34	0,53	0,40	0,34	0,33

Шкалы «Чтение мыслей» и «Упрямство» не коррелируют со шкалами методики «Опросник социальной тревоги и социофобии (ОСТиСФ)», а «Выученная беспомощность», напротив, коррелирует со всеми шкалами, что подтверждает полученные нами ранее данные.

Стоит обратить внимание на связь между шкалой «Персонализация» и шкалами методики ОСТиСФ. Наличие корреляции между данными шкалами может говорить о том, что ожидание враждебного и неодобрительного отношения к себе, восприятие любого несогласия или замечания как отвержения, подавления или унижения связано с высоким уровнем социальной тревоги.

Также стоит отметить, что шкалы «Катастрофизация» и «Максимализм» коррелируют с четырьмя из пяти шкал методики ОСТиСФ (кроме шкалы «Избегание непосредственного контакта при взаимодействии в субъективно экспертных ситуациях»), что говорит о наличии связи между уровнем социальной тревоги и выраженностью данных когнитивных искажений.

Исходя из полученных данных, можно сделать вывод, что наша гипотеза о том, что у молодых людей с высоким уровнем социальной тревоги будут более выражены различные когнитивные искажения по сравнению с молодыми людьми с низким уровнем социальной тревоги, подтвердилась. Нами обнаружена связь высокой социальной тревоги и выраженности следующих когнитивных искажений: Персонализация, Морализация, Катастрофизация, Выученная беспомощность, Максимализм, Гипернормативность. Наиболее сильная связь высокого уровня социальной тревоги наблюдается со следующими когнитивными искажениями: Выученная беспомощность, Персонализация, Катастрофизация и Максимализм. Связь между когнитивными искажениями Чтение мыслей, Упрямство и Преувеличение опасности и высоким уровнем социальной тревоги не обнаружена, что говорит о том, что данные когнитивные искажения могут в равной степени проявляться у молодых людей с высоким и низким уровнем социальной тревоги.

Полученные нами данные можно использовать для разработки практических рекомендаций для студентов и преподавателей, так как обучение может считаться ситуацией социального взаимодействия и, следовательно, может быть триггером для проявления социальной тревоги, а значит и когнитивных искажений. Когнитивные искажения могут препятствовать восприятию информации и снижать результативность обучения. Результаты данного исследования могут помочь выстроить образовательный процесс более эффективно.

1. Ральникова И.А., Шамардина М.В. Социальная тревога как фактор становления субъективной картины жизненного пути в период нормативного кризиса юности // Психолог. 2020. N 2. С. 15-31.

2. Сагалакова О.А. Произвольная регуляция психической деятельности в ситуациях оценивания умственных способностей при социальной тревоге // Медицинская психология в России: электрон. науч. журн. 2014. N 2 (25).

3. Сафиуллова Е.О. Социальная тревога у разных психологических типов // В мире научных открытий. Материалы III Международной студенческой научной конференции. 2019. С. 176-179.

4. Канеман Д., Тверски А. Суждения в условиях неопределенности: эвристические методы и ошибки // Думай медленно. Решай быстро. Москва: АСТ, 2016. С. 276-289.

Научное издание

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

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

Том 4

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

Электронное научное издание

Компьютерная верстка М.А. Портновой

Подписано к использованию: 29.09.2024. Формат 60×84/8

Усл.-печ. л.

Тираж 500 экз. (I–50). Заказ

Издательство Владивостокского государственного университета
690014, Владивосток, ул. Гоголя, 41

Отпечатано в ресурсном информационно-методическом центре ВВГУ
690014, Владивосток, ул. Гоголя, 41