

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

---

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

Материалы XXII международной научно-практической  
конференции студентов, аспирантов и молодых ученых

15–19 мая 2020 г.

В пяти томах

Том 4

Электронное научное издание

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

Владивосток  
Издательство ВГУЭС  
2020

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ДИЗАЙНА .....</b>	<b>7</b>
<i>Богомолова А.А., Плеханова В.А.</i> Коллаж как инструмент деятельности дизайнера.....	7
<i>Горбунова А.И., Месенева Н.В.</i> Достоинства и недостатки социальных сетей .....	10
<i>Лобяк Е.В., Приходько Е.А., Иванова О.Г.</i> Адаптация рекреационных объектов для маломобильных групп населения в условиях сложного рельефа на примере Нагорного парка в г. Владивостоке.....	14
<i>Пунчук М.А., Ким Е.А., Чернявина Л.А.</i> Анализ навигации в вузах на примере кампуса ВГУЭС.....	17
<i>Терновая О.В., Метляева Т.В.</i> Разработка рекомендаций по продвижению кафе «Хорошее место» г. Владивосток в контексте роста популярности здорового образа жизни .....	20
<i>Черникова Д.Д., Месенева Н.В.</i> Графические и компьютерные технологии в подготовке студентов дизайнеров.....	27
<b>Секция. ТРАНСПОРТНО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ СЕРВИС КАК ОСНОВА ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ .....</b>	<b>31</b>
<i>Антоненко А.А., Розанова Е.А.</i> Организация обслуживания чартерных рейсов в туристической компании .....	31
<i>Астапович А.А., Королева Л.А.</i> Исследование процесса обслуживания авиапассажиров сервисного предприятия ООО «Тик Так Тур».....	33
<i>Бубуёк В.М., Шеромова И.А.</i> Анализ коммуникативных аспектов обслуживания авиапассажиров с ограниченными возможностями здоровья .....	37
<i>Васильева Н.Ю., Королева Л.А.</i> Исследование имиджевых составляющих по продвижению на рынке авиауслуг ООО «ДВ «Фрегат Аэро», Г. Владивосток .....	41
<i>Ващенко Е.А., Шеромова И.А.</i> Формирование системы критериев оценки качества обслуживания клиентов в агентстве воздушных сообщений .....	46
<i>Власкина В.С., Слесарчук И.А.</i> Трансформация потребительских предпочтений авиапассажиров .....	51
<i>Дорофеева Н.А., Слесарчук И.А.</i> Исследование путей расширения сферы сервисных услуг в аэропортах .....	56
<i>Жалнина П.К., Фалько Л.Ю.</i> Анализ процесса обслуживания авиапассажиров премиум класса в аэропорту г. Владивосток .....	59
<i>Жукова Т.О.</i> Система бронирования в туристическом агентстве.....	64
<i>Касимова Р.Р.</i> Анализ предоставления сервисных услуг в аэропорту «Ясный», о. Итуруп, г. Курильск .....	68
<i>Кириллов А.С., Слесарчук И.А.</i> Возможности совершенствования ассортимента неавиационных услуг региональных аэропортов .....	74
<i>Кистин Д.И.</i> Продвижение авиауслуг на предприятиях туризма .....	79
<i>Мамлёва А.В., Шеромова И.А.</i> Анализ инновационных технологий, направленных на повышение уровня удовлетворенности пассажиров качеством обслуживания в аэропорту .....	85
<i>Марунич А.В., Шеромова И.А.</i> Исследование внутренней клиентоориентированности деятельности службы организации авиационных перевозок на примере АО «Международный аэропорт Владивосток» .....	89
<i>Орбелян А.А., Слесарчук И.А.</i> Развитие корпоративной культуры работников служб сервиса аэропорта.....	93
<i>Семенюк Ю.А., Слесарчук И.А.</i> Особенности предоставления авиационных услуг в аэропортах в условиях распространения коронавирусной инфекции .....	96
<i>Славинская С.В., Терская Л.А.</i> Сравнительный анализ деятельности российских и зарубежных авиакомпаний .....	101
<i>Сугак Е.М., Королева Л.А.</i> Исследование процесса обеспечения питанием авиапассажиров на примере ООО «Фуди».....	105
<i>Ташлинцева Т.С., Фалько Л.Ю.</i> Анализ удовлетворенности авиапассажиров АО «Авиакомпания «Аврора»» в отношении маршрутной сети и графика движения воздушных судов.....	109

<i>Ду Сяоя, Коновалова Ю.О.</i> «Мужские» и «женские» журналы в аспекте гендерной лингвистики .....	225
<i>Дун Цзялэ, Тюрин П.М.</i> Структурно-семантические особенности названий негосударственных медицинских учреждений Г. Владивостока и Г. Сыпина .....	227
<i>Ли Пэнли, Коновалова Ю.О.</i> Особенности жанра «кулинарный рецепт» в русском и китайском языках .....	230
<i>Ли Чуньмэн.</i> Этнокультурная специфика речевого акта комплимента в русском и китайском языках .....	232
<i>Люй Бо, Тюрин П.М.</i> Структурно-семантические особенности названий автомагазинов г. Владивостока и Г. Чанчуня .....	234
<i>Люй Яньин, Криницкая М.Ю.</i> Структурно-семантические особенности наименований спортивных клубов в русском и китайском языках .....	237
<i>Су Янян, Коновалова Ю.О.</i> Особенности жанра «гороскоп» в русском и китайском языках.....	239
<i>Сунь Хуабинь, Пугачева Е.Н.</i> Структурно-семантические особенности русских и китайских фразеологизмов с компонентом «учеба».....	242
<i>Сунь Хуацзэ.</i> Языковые особенности фитнес-блога в сети Instagram .....	248
<i>Сюй Юйси.</i> Этнокультурная специфика речевого акта лести в русском и китайском языках .....	250
<i>Хань Цзини.</i> Языковые особенности кулинарного блога в сети Instagram .....	251
<b>Секция. FOREIGN LANGUAGE AS A MEANS OF POLITICAL, ECONOMIC AND CULTURAL COOPERATION IN ASIA-PACIFIC REGION .....</b>	<b>254</b>
<i>Дерябина А.К., Котенко С.Н.</i> Сокращенные формы речевого общения как средство осуществления межкультурной коммуникации .....	254
<i>Ликунова С.В., Шеховцова Т.А.</i> Онлайн обучение: новый тренд или образование будущего? .....	257
<i>Шахов Р.К., Григорьева О.Г., Мясникова С.В.</i> Владивосток на современном этапе интеграционных процессов. Развитие или стагнация?.....	262
<i>Шульга И.О., Беркович Т.А.</i> Трудности перевода видеонигр.....	267
<b>Секция. LANGUAGE, CULTURE, COMMUNICATION.....</b>	<b>270</b>
<i>Барышева В.О., Горбунова М.В.</i> Почему молодежь уезжает из Владивостока: причины и способы решения проблемы.....	270
<i>Василевская Е.А., Кучеренко А.Л.</i> Осознанное потребление в модной индустрии как мировой тренд будущего.....	273
<i>Гомзякова Е.М., Морозова Ю.В.</i> Исследование проявления интуитивного поведения у молодежи .....	277
<i>Ковырнев М.В., Королева В.К.</i> Интеграция смешанного обучения в прикладных дисциплинах .....	281
<i>Конах Е.С., Морозова Ю.В.</i> Преступность в молодежной среде .....	284
<i>Машинина Д.Г., Горбунова М.В.</i> Проблемы загрязнения акватории г. Владивостока и пути их решения .....	288
<i>Хворостова Е.С., Смогунова О.С.</i> Основные проблемы развития образовательного туризма в Азиатско-Тихоокеанском регионе .....	291
<b>Секция. СТРАНЫ АТР В КОНТЕКСТЕ ЯЗЫКА И КУЛЬТУРЫ .....</b>	<b>295</b>
<i>Корнюк М.В., Молодых В.И.</i> Семантическое поле ключа «вода» в письменном варианте китайского языка .....	295
<i>Обручникова Д.Б., Молодых В.И.</i> Табу и эвфемизмы в китайском языке .....	298
<b>Секция. ПСИХОЛОГИЯ И ФИЛОСОФИЯ – СОВРЕМЕННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ.....</b>	<b>303</b>
<i>Афонский Н.И.</i> Экзистенциальное одиночество: в поисках себя .....	303
<i>Войтышина Т.Н.</i> Оценочная тревожность у студентов с разными типами детско-родительских отношений .....	306
<i>Еремеева А.А., Конунникова Д.А.</i> Экспериментальное исследование отношения к человеку, совершившему оплошность .....	309

2. Population of the Russian Federation by regions: federal state statistics service, 2019. – URL: <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/ru/statistics/population/demography/> (дата обращения: 01.12.2019).

3. Shcherbakov D. The outflow of the population is difficult to explain // East of Russia: information-analytical, 2016. – URL: <https://www.eastrussia.ru/material/ottok-naseleniya-vykhodit-iz-podobyasneniya/> (дата обращения: 13.12.2019).

4. Sokolova A. How much is life in Vladivostok // The village: electronic journal, 2018. – URL: <https://www.the-village.ru/village/business/our-life/298288-vladivostok> (дата обращения: 19.12.2019).

5. Vladivostok & Russian Far East To Be Developed As Significant North-East Asian Resource & Trade Hub // Russia Briefing: electronic topics, 2019. – URL: <https://www.russia-briefing.com/news/vladivostok-russian-far-east-developed-significant-north-east-asian-resource-trade-hub.html/> (дата обращения: 26.03.2020).

6. VSUES Rector Tatyana Terentyeva. We know how to stop the outflow of young specialists from Primorye // VVSU: electronic article, 2019. – URL: [http://vvsu.ru/latest/article/2146357041/rektor\\_vgues\\_tatiana\\_terenteva](http://vvsu.ru/latest/article/2146357041/rektor_vgues_tatiana_terenteva) (дата обращения: 12.11.2019).

**Рубрика: Социально-экономические аспекты воздействия человека на окружающую среду (социальная экология)**

УДК 504.03

## ОСОЗНАННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ В МОДНОЙ ИНДУСТРИИ КАК МИРОВОЙ ТРЕНД БУДУЩЕГО

**Е.А. Василевская**

бакалавр

**А.Л. Кучеренко**

канд. искусствовед., доцент

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса  
Владивосток, Россия*

*В настоящее время индустрия моды развивается стремительно, швейные компании производят около 150 миллиардов одежды в день, и более половины этих вещей не перерабатываются – они просто выбрасываются, как мусор. Этот факт заставляет нас пересмотреть наши взгляды на потребление и переработку одежды, а также мы должны научиться быть более ответственными, когда покупаем очередную ненужную вещь. Сегодня существует понятие «быстрая мода», используемое в современных журналах, интернет статьях и даже в книгах на эту тему, это дает нам информацию о том, что полный производственный цикл в индустрии моды оказывает огромное влияние на экологическую обстановку в мире. Каждый современный человек должен помнить о том, что одна покупка одежды сегодня однозначно влияет на состояние среды в будущем, и все мы заинтересованы в создании и поддержании тенденции на осознанное потребление ради себя и будущих поколений людей на планете.*

**Ключевые слова и словосочетания:** быстрая мода, вторичная переработка, окружающая среда, индустрия моды, сознательное потребление, экология, пластик, будущее планеты

## CONSCIOUS CONSUMPTION IN THE FASHION INDUSTRY AS A WORLD TREND OF THE FUTURE

*Nowadays the fashion industry is developing dashingly, clothing companies produce 150 billion clothes a day and more than half of these things are not recycled – they are simply thrown away like garbage. This fact makes us rethink our views on consumption and clothing recycling and also we should be more responsible when we buy another unnecessary thing. Today there is a concept – Fast*

*Fashion is in new magazines, Internet articles and there are even some books on this topic so it shows us that a full production cycle in fashion industry has a huge influence environmental situation in the world. Every modern person should remember that one purchase of clothing today definitely affects the state of the environment in the future, and we are all interested in creating and maintaining a trend for conscious consumption for the sake of themselves and future generations of people on the planet.*

**Keywords:** fast fashion, recycling, environment, fashion industry, go green, conscious consumption, ecology, plastic emissions, future of the planet

### What is Fast Fashion?

Today, the fashion industry is actively thriving and makes millions of people around the world almost completely change their wardrobe with the onset of the new season. Clothing manufacturers allow you to buy a new thing every 2-3 weeks for an extremely affordable price, allowing ordinary people to wear what they saw at expensive shows of famous fashion houses like Dior, Yves Saint Laurent and Chanel. Meanwhile the company does not care about the quality of products, because the fashion will pass and people will want to wear a new trend, and this entails a quick failure of poorly made «fast» things, and the consumer will be forced to come to the store again and buy a new one. This concept of production and promotion of clothing in the English-language segment is called «Fast Fashion» and is currently an urgent environmental problem and, in particular, in the field of conscious consumption and further processing or disposal of unsuitable clothing.

In order to identify the citizens' opinions and preferences in buying clothes we have conducted a survey within the city of Vladivostok in 2020. There are 86 respondents, including 80,2% women aged 18-25 mostly students who buy new clothes every 1-2 months, while facing the problem of «nothing to wear». Certainly this can be the result of various reasons, but the main one is that clothes simply go out of fashion, and modern people are not ready to wear an inactive trend from their wardrobe. And although most of the respondents said that they buy clothes solely out of necessity, nevertheless, buying a new one once a month or two is already a signal that people are exposed to new trends in fashion.

How often do you buy new clothes?

Very often, once every 2-3 weeks.....8,1%  
 Periodically, once every 1-2 months.....43%  
 Every 3 months before the season changes.....33,7%  
 Very rarely, once a year or more.....15,1%

Как часто вы покупаете новую одежду?

86 ответов



Рис. 1. Покупка одежды»

Do you face a "nothing to wear" situation?

Yes, constantly, I really do few things.....15,1%  
 Yes, constantly, but I have a lot of things in the wardrobe.....33,7%  
 No, I always calmly combine my own things, I have a lot of them.....27,9%  
 No, I don't have many things, but I don't I'm worried about the choice clothes for every day.....23,3%

Сталкиваетесь ли вы с ситуацией "нечего надеть"?

86 ответов

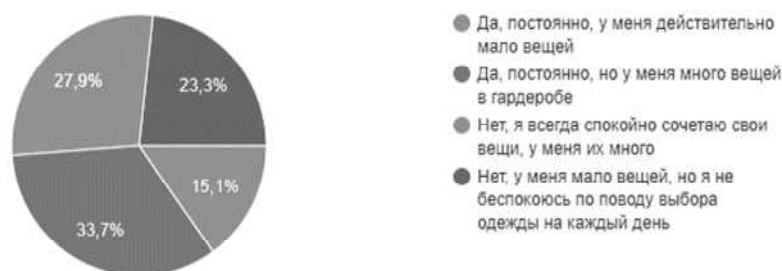


Рис. 2. Нечего надеть

### Impact of Fast Fashion on the environment

According to Forbes magazine, 150 billion items are produced every day [2], while the average life of a single item has been reduced by 5 times compared to the beginning of the century [3]. Based on this data, it is easy to conclude that the majority of people buy tons of clothes without wearing in everyday life more than a half of what is stored in their closets, and about 20% of newly produced things are never worn at all [3]. Such figures do not cause much financial damage to clothing companies, since within the framework of the concept of fast fashion, clothing is made in such a fast order that new collections are released almost every week, which entails extremely low quality of raw materials used and eventually finished items. Also, we must not forget that the textile industry has always been one of the darkest corners of the world economy. As a defining product of the industrial revolution, textiles were crucial to the development of our globalized capitalist system, and their abuse today is based on the long history of slave labor in the American South, and although those times are long gone, it is still reported that there are immigrant workers in Los Angeles who fall victim to theft and wages, not to mention Bangladeshi, Chinese, Vietnamese, and other workers who face working conditions that are grim at best and inhumane at worst. [7]

It is no secret that 85% of ocean plastic pollution is caused by micro particles from synthetic clothing (we remind you that almost all clothing from fast Fashion brands uses synthetic materials in their products) [6], as well as during the dyeing of textiles, about 72 different compounds enter the waste water, 30 of which remain there forever. It is not difficult to guess that one of the most valuable resources on our planet – water, is under threat due to the production of millions of tons of clothing that is absolutely unnecessary in such quantities. Also, for the production of those artificial synthetic fabrics, a large number of trees are cut down, which can not affect the state of the environmental situation in the world.

### Recycling of clothes

Unfortunately, not everything is so simple and with a seemingly favorable trend for the environment recycling of textiles and shoes is complex. Due to their production processes, clothing factories emit sulfur dioxide, suspended particles and nitrogen oxide into the atmosphere, the main sources of which are diesel generators used in such production [4].

Based on the above-mentioned problems, we can conclude that enterprises must adhere to a number of rules that can, if not improve, but at least not worsen the quality of our environment:

Consideration of the environmental impact at the design stage of production, including the choice between synthetic and natural fibers;

Work with industry partners to improve the efficiency of waste treatment processes and alternative paint and finish processes using less harmful chemicals;

Use of tools such as the environmental module (for the Russian Federation – «environmental management module» in the framework of environmental reporting to Rospiroodnadzor) to assess the impact of production on the environment;

At the same time, recycling clothes is not the only way to get rid of old things, many of the people interviewed in Vladivostok give old clothes to family members or friends, as well as donate them to churches or various funds to help the poor or orphans.

What do you do with clothes you want to remove from your wardrobe?

I throw it in the trash.....39,5%

I take them to special clothing recycling centers.....8,1%

I take them in churches, orphanages and so on.....32,6%  
 I give it to my friends / family members.....53,5%

Что вы делаете с вещами, которые хотите удалить из вашего гардероба?

86 ответов

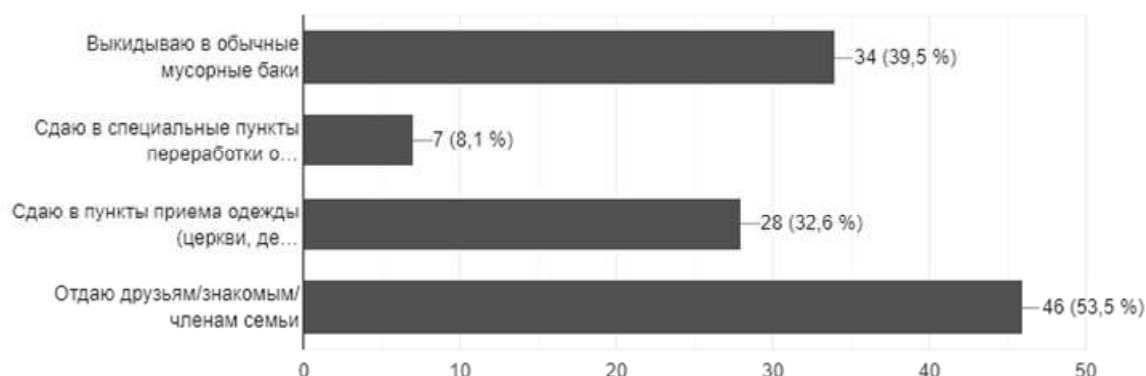


Рис. 4. Утилизация

The best way, in my opinion, is to combine all these options. In this case, the recycling will not be so large-scale, and things that are not suitable for you can become a new thing for another person.

However, any production is production, waste and negative impact on the quality of the environment is inevitable, and only in our power – in the power of ordinary consumers, to reduce the damage and try to influence the situation on our planet through a rational approach and *conscious consumption*.

#### **Trend for conscious consumption**

Today, in the era of the “go green” movement, many people, who are far from ecology, have become interested in it and promote awareness in their purchases, awareness when choosing food, vehicles, and this is really becoming a new fashion of the generation. Naturally, this also applies to the purchase of clothing, people now prefer clothes made of higher-quality material, respectively, at a higher cost, choosing, for example, not H&M, a Tri’co Cashmere, Ciel or something else from a more expensive and eco-friendly segment. [8]

A group of such eco-friendly brands represents the antagonist of fast fashion – «sustainable fashion», or otherwise «sustainable, slow fashion». The direct purpose of this concept is to use natural raw materials, as well as to reduce the speed of production, consumption and recycling by increasing the cost of purchases – carefully thinking through the purchase over several years, instead of having another addition to the wardrobe that can only be worn once.

Naturally, the cost of such eco-things will be several times higher than similar «fast» things from the mass market, which is more difficult to accept for ordinary people from the regions, whose average earnings are not set to spend nearly 5 thousand rubles on a t-shirt made of eco-cotton, in contrast to a synthetic thing that costs one zero less. However, here, as in many aspects related to the environment, the economy and politics of a particular country play a major role, rather than the desire of people to be aware of their consumption.

So, what can a customer who does not have enough funds to shop in stores of the concept of «eco» and «Sustainable Fashion» do to improve the environmental situation in the fashion industry?

The responsibility is simple-to buy what we really need, and also:

1. Recycle (wisely) or change old clothes
2. Choose quality over quantity, and avoid cheap clothing made of synthetic fabrics.
3. Participate in activities to change clothes or share your old clothes with friends and family.

As we can see, it is relatively easy to come to conscious consumption if you spend some time introspecting your true needs regarding clothing and fashion choices.

#### **Conclusion**

To sum up, I note that the environmental situation and maintaining the proper state of our planet is a scourge of the 21st century, along with the freedom of thought and personalization of an individual.

Fashion is an integral part of the culture of humanity, and it is only in our hands to make it as safe as possible, a kind of environmentally literate, without losing the opportunities for the creative abilities