

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Омский государственный технический университет»

# БЕЗОПАСНОСТЬ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ

Материалы  
XI Международной научно-практической конференции  
(Россия, Омск, 15–17 ноября 2023 года)

Под общей редакцией  
кандидата педагогических наук, доцента Е. Ю. Тюменцевой

Научное текстовое локальное электронное издание

Омск  
Издательство ОмГТУ  
2024

УДК 2.2.75.15  
ББК 20.1  
Б40

Редакционная коллегия:

*Г. Г. Байкенова*, д-р хим. наук, проф., зав. кафедрой «Экология и оценка»  
Карагандинский университет Казпотребсоюза, г. Караганда, Казахстан;  
*Е. В. Филатова*, ст. преподаватель кафедры «Дизайн» ОмГТУ, г. Омск

Рецензенты:

*Л. В. Кубрина*, канд. с.-х. наук, доцент кафедры  
«Биология и биологическое образование» ОмГПУ, г. Омск;  
*С. А. Соловьев*, д-р биол. наук, проф., Институт систематики  
и экологии животных СО РАН, г. Новосибирск;

*Е. Ю. Тюменцева*, канд. пед. наук, доцент кафедры  
«Химия и химическая технология» ОмГТУ, г. Омск;

*Е. В. Филатова*, ст. преподаватель кафедры «Дизайн» ОмГТУ, г. Омск

**Безопасность городской среды** : материалы XI Междунар. науч.-практ. конф. (Россия, Омск, 15–17 нояб. 2023 г.) / Минобрнауки России, Ом. гос. техн. ун-т ; под общ. ред. Е. Ю. Тюменцевой. – Омск : Изд-во ОмГТУ, 2024. – 1 CD-ROM (9,87 Мб). – Минимальные систем. требования: процессор с частотой 800 МГц и выше ; 128 Мб RAM и более ; свободное место на жестком диске 300 Мб и более ; Linux / Windows XP и выше ; MacOS X 10.4 и выше ; CD/DVD-ROM-дисковод ; ПО для просмотра pdf-файлов. – Загл. с титул. экрана. – ISBN 978-5-8149-0000-0.

Работы студентов, аспирантов и ученых, представленные в сборнике, посвящены проблемам обеспечения безопасности городской среды, повышения культуры поведения, изучения приемов само- и взаимопомощи, стимулирования творческого потенциала молодежи.

Издание адресовано преподавателям, научным работникам, студентам и аспирантам, а также широкому кругу читателей.

Научное текстовое локальное электронное издание

## БЕЗОПАСНОСТЬ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ

Материалы  
XI Международной научно-практической конференции

(Россия, Омск, 15–17 ноября 2023 года)

Под общей редакцией Е. Ю. Тюменцевой

Издание поставляется на одном CD-ROM-диске

Воспроизведение издания автоматическое –  
без установки на жесткий диск компьютера

Для корректной работы с изданием на компьютере должны быть установлены  
CD/DVD-ROM-дисковод и программное обеспечение  
для просмотра pdf-файлов

*Ответственность за содержание материалов несут авторы  
Издается в авторской редакции*

Электронный оригинал-макет издания подготовлен  
на кафедре «Химия и химическая технология» ОмГТУ

Для дизайна первичной упаковки и этикетки носителя издания  
использованы материалы из открытых интернет-источников

Иллюстрации для издания предоставлены авторами

Сводный темплан 2024 г.

Подписано к использованию 16.12.2024.

Объем 9,87 Мб. Тираж 8 эл. опт. дисков.

Издательство ОмГТУ. 644050, г. Омск, пр. Мира, 11; т. 8(3812)23-02-12.  
Эл. почта: [publisher@omgtu.ru](mailto:publisher@omgtu.ru), [izdomgtu@mail.ru](mailto:izdomgtu@mail.ru)



<i>Соловьев С. А., Ахметов Ж. С., Турсунханов К. М.</i>	
Фауна птиц и орнитокомплексы малого города купино Новосибирской области .....	267-270
<i>Соловьев С. А., Соловьев Ф. С., Сорочинский М. В.</i>	
Население птиц урбанизированных и прилегающих к ним ландшафтов Тоболо-иртышской лесостепи и степи в первой половине лета и зимой.....	271-277
<i>Кириакиди С. Ю., Исабаев А. С.</i>	
ВЛИЯНИЕ ПОЧВ НА ЗАГРЯЗНЕНИЕ ТОКСИЧЕСКИМИ ВЕЩЕСТВАМИ.....	278-284
<i>Дарменбаева А. А., Исабаев А. С.</i>	
Экологические проблемы г.Темиртау за последние годы.....	285-290
<i>Белозерова К. Е.</i>	
Влияние шумового загрязнения на окружающую среду.....	291-295
<i>Журова Е. Ю.</i>	
Оценка состояния атмосферного воздуха биологическим методом контроля..	296-300
<i>Семчук Н. Н.; Гладких С. Н., Терещенко О. В.</i>	
Инвазионные виды растений на территории поселений – реальная экологическая проблема.....	301-307
<i>Нагибина И. Ю.</i>	
Экологичная утилизация смартфонов .....	308-310
<i>Бодак А. А.</i>	
Загрязнение атмосферного воздуха жилой зоны г. Омска побочными продуктами переработки промышленных предприятий на примере сероводорода (H <sub>2</sub> S).....	311-316

### *Секция « Безопасность архитектурного облика и дизайна»*

<i>Зайцева Т. А., Шестопалов К. А.</i>	
ОДЕЖДА КАК ЭЛЕМЕНТ АРТ-ТЕРАПИИ «РУКАМИ ТРОГАТЬ» .....	317-323
<i>Сойкина Д. А., Кононова Д. Д., Королева Л. А.</i>	
Разработка текстильного сувенирного продукта с использованием концепции сотворчества потребителя и дизайнера.....	324-330
<i>ЦУРИКОВА Н. В.</i>	
КОЛЛАБОРАТИВНЫЙ ПОДХОД В СОВРЕМЕННЫХ ДИЗАЙН-ПРАКТИКАХ.....	331-336
<i>Кононова Д. Д., Башаева А. Г., Карева А. Д., Ковалева С. В., Сойкина Д. А., Слесарчук И. А.</i>	
ЦИФРОВАЯ ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ПРОЕКТИРОВАНИЯ КОСТЮМА КАК ОДИН ИЗ ПУТЕЙ ЭКОЛОГИЧНОГО ДИЗАЙНА .....	337-343
<i>Буглова А. А.</i>	
Использование телесн–ориентированных практик, ассоциативных и эмпатийных методов в процессе дизайн-проектирования.....	344-349
<i>Голодникова А. С.</i>	
Рынок недвижимости в системе архитектурного облика города в республике Казахстан.....	350-355



УДК 687: 334.012.44

## РАЗРАБОТКА ТЕКСТИЛЬНОГО СУВЕНИРНОГО ПРОДУКТА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ КОНЦЕПЦИИ СОТВОРЧЕСТВА ПОТРЕБИТЕЛЯ И ДИЗАЙНЕРА

Д. А. Сойкина, Д. Д. Кононова, Л. А. Королева

*Владивостокский государственный университет, г. Владивосток, Россия*

**Аннотация** – в статье проведен анализ понятий «сотворчество», «совместное творчество», «совместное проектирование», выявлены принципы совместного маркетинга, определены основные формы сотворчества. Результаты теоретических исследований позволили сформулировать концепцию сотворчества дизайнера и потребителя при проектировании текстильного сувенирного продукта, заключающуюся в особой организации процесса проектирования сувенирного текстильного продукта, когда определенная группа людей, например, дизайнер, IT-специалист и потребитель, создают общий продукт, как результат своих творческих возможностей. Основываясь на результатах маркетинговых исследований, разработан контент с использованием элементов комбинаторики для реализации прототипа интернет-приложения при формировании индивидуального дизайн-проекта для индивидуального потребителя. Показана роль каждого из участников проекта в процессе сотворчества. Установлено, что подход, основанный на принципах сотворчества, является наиболее продуктивной формой организации разработки текстильных сувенирных продуктов.

**Ключевые слова** – текстильная сувенирная продукция, концепция сотворчества, интернет-приложение.

### 1. ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время в маркетинге все большую актуальность набирает новое направление, которое предполагает, что самым востребованным товаром в социуме становятся не материальные ценности, а эмоции, впечатления и мечты. У потребителя востребованным является не просто товар, ему хочется получить удовлетворение как от процесса приобретения, так и непосредственно участвовать в его создании. Потребление материальных товаров и услуг приобретает все более индивидуальный характер.

Рядом исследователей [1,2] установлено, что к новым способам создания продуктов и впечатлений следует отнести те, которые реализуются путем совместного творчества компаний, потребителей, поставщиков и каналов распространения, образуя при этом сеть инноваций. По мнению К. Прахалада и В. Рамасвами компании могут приглашать клиентов принять участие в создании продуктов, удовлетворяющих их потребности, что определяется новым подходом к инновациям, названный термином «совместное творчество». Это означает создание продуктов, услуг или систем совместными усилиями разработчиков и заинтересованных сторон (например, компаниями и клиентами, или менеджерами и работниками). В процессе изучения,



использования, а тем более создания продукта, потребители получают собственные индивидуальные впечатления в зависимости от своих уникальных потребностей и желаний [3].

Следовательно, на рынке будут преуспевать предприятия и компании, которые могут предоставить своим клиентам не только товары и услуги, но и положительные эмоции, получаемые от участия в процессе создания того или иного продукта.

Для успеха проекта, в том числе дизайн-проекта, совместного маркетинга необходимо придерживаться нескольких принципов [2]: вовлекать и стимулировать участников; отбирать лучшие идеи и участников; создавать творческую атмосферу; делиться результатами; продолжать разработки.

В настоящее время можно встретить различные примеры сотворчества в различных сферах экономики и образования. Сборка готового продукта, придумывание новых идей продуктов, решение проблем или даже разработка технических решений – разные формы сотворчества с клиентами: в системе музыкального и профессионально-музыкального образования [4], образовательного процесса в условиях проектной деятельности [5], при производстве мужской и женской одежды различного ассортимента, легковых автомобилей, велосипедов индивидуального дизайна, киносценариев [6].

Несмотря на разнообразие форм сотворчества, такие исследователи, как Риндфлейш и О'Херн, различают четыре типа совместного творчества, которые примерно соответствуют четырем возможным комбинациям стилей вклада и выбора: сотрудничество; мастерить; совместное проектирование; отправка.

«Совместное проектирование», представляет собой тип процесса совместного создания, в ходе которого ряд клиентов, "со-дизайнеров", представляют фирме проекты продукции, при этом большая группа клиентов выбирает, какие изделия будут производиться [7]. Например, успешно функционирующая платформа Lego Ideas включает в себя части совместного проектирования и отправки, потому что конечный продукт выбирают заказчик и компания.

Таким образом, в ходе теоретического анализа установлено, что в результате совместного творчества разработчиков и заинтересованных сторон сегодня реализуются различные виды деятельности по созданию многих продуктов потребления общества, как нематериальных, так и материальных. Однако, в настоящее время не установлена возможность использования принципа сотворчества при разработке текстильных сувенирных продуктов (ТСП), что подтверждает актуальность проводимых исследований.

## II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Результаты проведенных теоретических исследований предположить, что при разработке дизайн-проекта текстильного сувенирного продукта наиболее актуально использовать идею и принципы сотворчества, реализуемые через интернет-приложение. В современном мире интернет-приложения являются наиболее распространенным способом работы на мобильных (портативных, переносных, карманных) устройствах, обеспечивающие пользователю повсеместно взаимодействия со Всемирной Сетью (либо



устанавливается на устройстве благодаря такому взаимодействию) и надежный контакт между проектировщиком и потребителем [8].

В то же время, проведенные маркетинговые исследования показали отсутствие возможности приобрести привлекательные национально-колоритные туристские продукты, недостаточное развитие инновационных технологий дизайн-проектирования уникальных местных сувениров, что значительно сдерживает развитие туристического комплекса территории, например, Приморского края. [9] Среди видов сувенирной продукции потребители проявили наибольший интерес к полезным изделиям в виде одежды, головных уборов, аксессуаров и др.

Анализ возможностей приобретения сувениров, отражающих специфику территории в цифровой среде, показал, что в настоящее время потребитель знаком с рядом интернет-площадок, где уже применяется принцип сотворчества при формировании дизайн-проекта, подразумевающий изменение товара под запросы конкретного клиента. Однако, для подобного рода сувенирной продукции Приморского края такие приложения отсутствуют.

Цель исследования – разработка текстильного сувенирного продукта с использованием концепции сотворчества потребителя и дизайнера.

Задачи: анализ современных возможностей создания текстильного сувенира в рамках концепции сотворчества потребителя и дизайнера; формулирование концептуальной идеи создания сувенирного продукта с использованием концепции сотворчества потребителя и дизайнера; разработка проектного решения сувенирного продукта.

### III. ТЕОРИЯ

Анализ рынка сувенирной продукции на примере Приморского края позволил выявить ее стандартность и однообразие, отсутствие индивидуальности и неповторимости. Сувенир сейчас воспринимается не просто как памятный предмет о путешествии, но и элемент современной культуры, отражающий ценности, ключевые и аутентичные особенности конкретной территории. Все это на данный момент не вполне соответствует стремлению современного потребителя к индивидуальности и осознанному потреблению, желанию быть причастным к созданию сувенира и продемонстрировать через него свои жизненные ценности и особенности внутреннего мира.

Данное положение позволило сформулировать концепцию сотворчества при разработке дизайн-проекта текстильного сувенирного продукта, позволяющую наиболее эффективно и с максимальной пользой для потребителя проектировать текстильный сувенир, реализовывая при этом его потребности и учитывая обозначенные пожелания, доставляя незабываемые впечатления и эмоции в процессе создания конечного продукта. Концептуальная схема проектирования текстильного сувенирного продукта на основе концепции сотворчества потребителя и дизайнера представлена ниже (рис. 1).

Творческий коллектив при проектировании текстильного сувенирного продукта состоит из дизайнера(ов), IT-специалиста и потребителя (заказчика). В задачи дизайнера(ов), как одних из сотворцов, входит: формулирование цели и задач дизайн-проекта, проведение маркетинговых исследований, разработка маркеров культурного кода исследуемого региона и элементов комбинаторики ТСП. IT-специалист привлечен в



команду для реализации технической составляющей проекта – создания интернет-приложения, через которое осуществляют основные коммуникации при формировании индивидуального дизайн-проекта для каждого потребителя. В функции заказчика ТСП входит выбор цветовых, сезонных предпочтений, вида материалов для изготовления, фурнитуры, конструктивно-технологических решений, вида и способа декоративного оформления сувенира, устанавливая с дизайнером продуктивное коммуникативное взаимодействие, получая при этом эмоциональное удовлетворение.

#### IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

На следующем этапе исследований в ходе маркетингового опроса среди населения и туристов Приморского края по методике CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) на базе платформы Google Формы: определены основные ассортиментные группы текстильной сувенирной продукции территории, каждая из которых может проектироваться потребителем; отобраны наиболее популярные маркеры культурного кода Приморского края, используемые в дальнейшем в качестве декора ТСП; выявлены предпочтения респондентов по цветовым предпочтениям, видам материалов, видам и способам декоративного оформления [10].

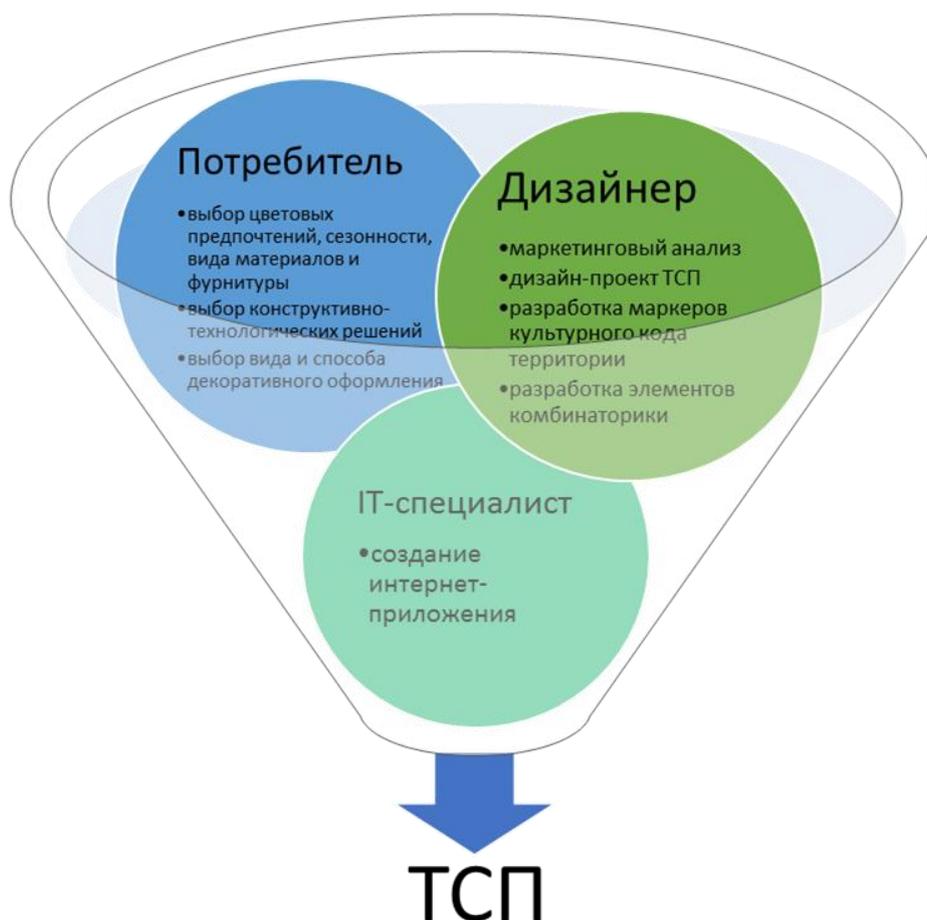


Рис. 1. Концептуальная схема проектирования текстильного сувенирного продукта на основе концепции сотворчества потребителя и дизайнера



В этот период IT-специалистом разработан алгоритм программы выбора заказчиком(потребителем) проектных решений с использованием элементов комбинаторики. Параллельно с этим на основе полученной информации дизайнером сформирован контент по основным позициям (категории, ассортимент, конструктивно-технологические детали, фурнитура, цвет, декор и др.).

На примере головных уборов сформирован прототип мобильного приложения. На главной странице приложения представлена информация о самом проекте, о его создателях, а также описание его главной особенности – алгоритма конструктора, позволяющего самостоятельно выбрать дизайн-проект изделия.

На первом этапе создания изделия потребитель выбирает из базы данных конкретный вид текстильного сувенирного изделия. Далее покупателю необходимо пройти 6 этапов сборки сувенирного головного убора. Примеры основных этапов выбора потребителем комбинаторных элементов представлено ниже (рис. 2 а, б). При этом каждый последующий результат выбора отображается на модели. В правой части окна размещен модель, на которой иллюстрируются выбранные варианты, для удобства доступен для просмотра в трех проекциях (спереди, сзади и сбоку).

На рис. 2 (в, г) представлены варианты выбора потребителем возможных решений декоративного орнамента и его местоположения на проектируемом головном уборе.

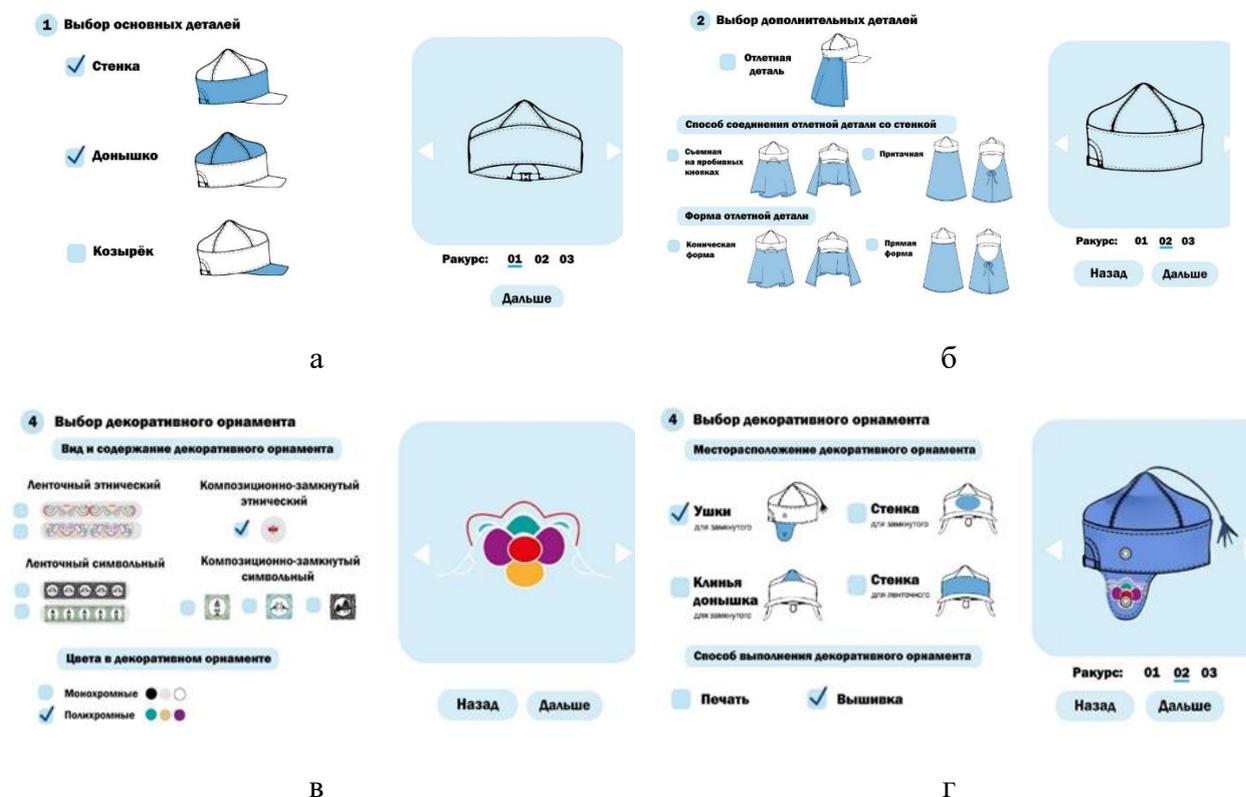


Рис. 2. Скриншоты окон прототипа интернет-приложения для создания ТСП (на примере сувенирного головного убора) на этапе выбора: а – основных деталей; б – дополнительных деталей; декоративного орнамента: в – вид и содержание декора; г – месторасположение декоративного орнамента



## 6 Заключительный этап

Проверьте соответствие представленного макета с желаемым изделием.

**При необходимости вернитесь на предыдущие этапы.**

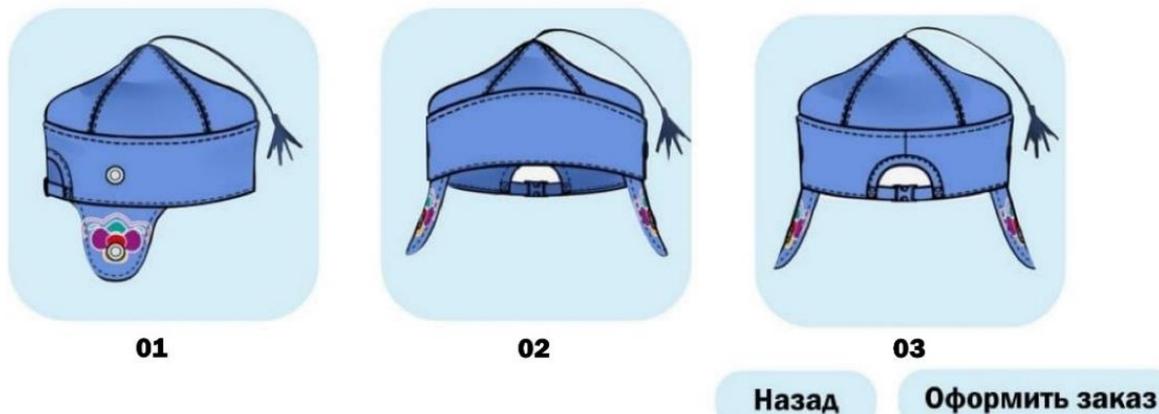


Рис. 3. Скриншот окна прототипа интернет-приложения для создания ТСП (на примере сувенирного головного убора) на заключительном этапе

В результате потребитель может увидеть конечный итог своего творчества – готовый сувенирный головной убор (рис. 3). На заключительном этапе совместного творческого процесса потребитель может проверить полученный макет изделия на соответствие с желаемым, а при необходимости, вернуться на предыдущие этапы для внесения изменений. Если покупателя удовлетворяет получившийся дизайн-проект текстильного сувенирного продукта, то дальше он переходит на этап оформления заказа, его оплаты и выбора способа доставки.

## V. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, сформулирован новый подход при разработке дизайн-проекта текстильного сувенирного продукта на основе концепции сотворчества потребителя и дизайнера, что составляет научную новизну исследования. Создан прототип интернет-приложения дизайн-проекта текстильного сувенирного продукта и разработан контент для его наполнения, которые реализованы с позиции сотворчества (дизайнера, IT-специалиста и потребителя (заказчика)). Следует подчеркнуть, что главным в процессе реализации дизайн-проекта, основанного на принципах сотворчества, стал не сам продукт, а связанные с его разработкой уникальные впечатления и опыт, которые в перспективе станут основой для глубокой эмоциональной связи потребителя с проектировщиками, в дальнейшем, с производителями. Потребители ТСН считают конечный продукт более ценным, так как они принимали активное участие в его создании, получали положительные эмоции и ощущали постоянную связь с создателями проекта. Показано, что организация взаимодействия с потребителем на ранних стадиях (до предложения покупки), его персонализация на этапах проектирования, позволяет в большей степени раскрыть ценность разрабатываемого бренда.



## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Симидзу Коичи Модель совместного маркетинга 7Cs Compass в эпоху устойчивого развития. Книжная компания Gogensha в Токио. 2022. (ISBN 978-4-86434-156-1)
- 2 Прахалад К. К., Рамасвами В. Будущее конкуренции: совместное создание уникальной ценности с клиентами. – Бостон: Издательство Гарвардской школы бизнеса. – 2004.
- 3 Кукина С.Д., Волкова И.А., Гранкина Е.С. Маркетинг совместного творчества. Экономика и менеджмент. URL: <http://topknowledge.ru/market/4170-marketing-sovmestnogo-tvorchestva.html?ysclid=ls4m17vq2i352941645> (Дата обращения 08.10.2023)
- 4 Лукин Г. М., Белогуров А. Ю. Идея сотворчества в образовании: принципы, подходы, технологии реализации // Известия Южного федерального университета. Педагогические науки. 2017. № 8. С. 69-75.
- 5 Глинский А. А. Сотворчество субъектов образовательного процесса в условиях проектной деятельности. URL: <https://ripo.by/index.php?id=626> (Дата обращения 08.10.2023)
- 6 Тренд: Сотворчество или коллективное творчество. URL: <https://www.1000ideas.ru/article/trendy/trend-sotvorchestvo-ili-kollektivnoe-tvorchestvo/> (Дата обращения 08.10.2023)
- 7 О'Херн М.С., Риндфлейш А. Совместное создание клиентов: типология и программа исследований. В: Обзор маркетинговых исследований, Том 6. 2010. С. 84-106.
- 8 ПНСТ 277-2018 Российская система качества. Сравнительные испытания мобильных приложений для смартфонов. URL: <https://files.stroyinf.ru/Data2/1/4293736/4293736554.pdf> (Дата обращения: 06 10.2023)
- 9 Сойкина Д. А. Мобильное приложение-конструктор сувенирной продукции как инновационный элемент туристского комплекса г. Владивостока / Д. А. Сойкина, Д. Д. Кононова, А. А. Тюкавкина, Т.А. Зайцева, Л.А. Королева, И.А. Слесарчук // Многополярный мир в фокусе новой действительности: материалы XIII Евразийского экономического форума молодежи, Екатеринбург, 24–28 апреля 2023 года / Уральский государственный экономический университет. Том 2. Екатеринбург: Уральский государственный экономический университет, 2023. С. 225-227. EDN ROZSAA.
- 10 Шеромова И. А., Королева Л. А., Зайцева Т. А. Исследование маркеров территориальной идентичности приморского края при формировании современного регионального бренда // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. 2023. № 3(405). С. 225-233. DOI 10.47367/0021-3497\_2023\_3\_225. – EDN UABSGG.