

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 XXIII международной научно-практической  
конференции студентов, аспирантов и молодых ученых

21–23 апреля 2021 г.

В пяти томах

Том 4

Электронное научное издание

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

Владивосток  
Издательство ВГУЭС  
2021

УДК 378.4  
ББК 74.584(255)я431  
И73

**И73 Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальневосточного региона России и стран АТР** : материалы XXIII международной науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых (г. Владивосток, 21–23 апреля 2021 г.) : в 5 т. Т. 4 / под общ. ред. д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой ; Владивостокский государственный университет экономики и сервиса; Электрон. текст. дан. (1 файл: 11,2 МБ). – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2021 – 1 электрон., опт. диск (CD-ROM). – Систем. требования: Intel Pentium (или аналогичный процессор других производителей), 500 МГц; 512 Мб оперативной памяти; видеокарта SVGA, 1280×1024 High Color (32 bit); 5 Мб свободного дискового пространства; операц. система Windows XP и выше; Acrobat Reader, Foxit Reader либо любой другой их аналог. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2021.

ISBN 978-5-9736-0638-1  
ISBN 978-5-9736-0642-8(Т. 4)

Включены материалы XXIII международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальневосточного региона России и стран АТР», состоявшейся во Владивостокском государственном университете экономики и сервиса (г. Владивосток, 29 мая 2021 г.).

Том 4 представляет широкий спектр исследований молодых ученых и студентов вузов Дальнего Востока и других регионов России, ближнего и дальнего зарубежья, подготовленных в рамках работы секций конференции по следующим темам:

- Информационные технологии: теория и практика;
- Физика и технология наноструктур, атомная и молекулярная физика;
- Социокультурный сервис и туризм;
- Физическая культура, спорт и здоровье: концепции, инновации, технологии.

УДК 378.4  
ББК 74.584(255)я431

---

Электронное учебное издание

Минимальные системные требования:

Компьютер: Pentium 3 и выше, 500 МГц; 11,2 МБ; 5 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 978-5-9736-0638-1  
ISBN 978-5-9736-0642-8 (Т. 4)

© ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса», оформление, 2021

Под общей редакцией д-ра экон. наук Т. В. Терентьевой  
Компьютерная верстка М. А. Портновой  
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса  
690014, г. Владивосток, ул. Гоголя, 41

Тел./факс: (423)240-40-54

Объем 11,2МБ. Усл.-печ. л. 34,55

Подписано к использованию 25.09.2021 г.

Тираж 300 (I–25) экз.

|  |     |
|--|-----|
| <i>Довгун А.А., Покровская-Бугаева Е.В.</i> Проблемы и перспективы развития виртуального туризма в Хабаровском крае .....  | 214 |
| <i>Дячук Н.И., Кононов А.Ю.</i> Особенности организации событийного мероприятия на примере Международного молодежного туристского конгресса.....                                     | 219 |
| <i>Жестков А.О., Михина И.С.</i> Подходы к сегментированию потребителей образовательного туризма на примере ООО «ВГУЭС ТРЭВЕЛ» .....   | 223 |
| <i>Заикина А.Э.</i> Методический подход к разработке рейтинговой системы оценки туристской привлекательности особо охраняемых природных территорий (на примере Приморского края).... | 227 |
| <i>Кан Д.С.</i> Туризм как потребность в самоактуализации личности.....  | 235 |
| <i>Кириленко Л.А., Перфильев А.В.</i> Особенности подбора персонала для коллективных средств размещения .....  | 239 |
| <i>Кожан И.О., Перфильев А.В.</i> Мировой и отечественный опыт организации инфраструктуры пляжных зон .....  | 243 |
| <i>Кравченко В.Д.</i> Оценка качества услуг бизнес-отелей международной гостиничной сети AZIMUT.....   | 250 |
| <i>Луцук А.Е., Михина И.С.</i> Тенденции развития образовательного туризма в Приморском крае.....  | 254 |
| <i>Мачехина К.В., Попова В.О., Ден В.Г.</i> Экологическая выставка как инструмент продвижения событийного туризма (на примере Приморского края).....                                 | 259 |
| <i>Мащенко А.А.</i> Эковолонтерские лагеря как фактор развития туристско-рекреационной деятельности особо охраняемых природных территорий .....                                      | 264 |
| <i>Никитенко В.И., Михина И.С.</i> Социальные сети в продвижении туристских услуг на рынке г. Владивостока .....   | 268 |
| <i>Никулина И.В., Кононов А.Ю.</i> Марафоны и их роль в спортивно-событийном туризме .....   | 271 |
| <i>Огий Ю.О., Ковынева Л.В.</i> Возможности сенсорного маркетинга в сфере услуг .....  | 276 |
| <i>Позднякова Е.Н., Кириллова В.А.</i> Владивосток как историко-туристический кластер .....  | 279 |
| <i>Сердюк А.В., Тьер Е.О.</i> Туристско-рекреационный потенциал Хабаровского края .....  | 284 |
| <i>Суворова Н.В.</i> Особенности разработки горнолыжного тура в Приморском крае .....  | 286 |
| <i>Сучкова В.А., Кононов А.Ю.</i> Аспекты бренда Дальневосточной кухни.....  | 289 |
| <i>Ткалич В.М., Деркаченко П.П., Микитенко Н.А., Макарова В.Н.</i> Расчёт рекреационной ёмкости экологической тропы на территории Дальневосточного морского заповедника.....         | 293 |
| <i>Тулатина Д.А., Шеметова Е.В.</i> Особенности организации гастрономических туров в Приморском крае.....  | 296 |
| <i>Тюринцев Е.М., Колупаева А.Е., Слесарчук И.А.</i> Анализ поведенческих коммуникативных паттернов бортпроводников при обслуживании пассажиров .....                                | 301 |
| <i>Царакова С.Ф., Шеромова И.А.</i> Разработка критериев оценки клиентоориентированности персонала службы организации авиационных перевозок аэропорта .....                          | 305 |
| <i>Шадрин П.В., Петрова Г.А.</i> Роль сайтов в продвижении и использовании услуг туристско-информационных центров в Российской Федерации .....                                       | 309 |
| <i>Шатько Е.А., Королева Л.А.</i> Анализ деятельности службы организации пассажирских перевозок АО «Хабаровский аэропорт» .....  | 313 |
| <i>Щеглова Е.А., Шеромова И.А.</i> Оценка коммуникативной компетентности сотрудников ОАО «Приморское агентство авиационных компаний» (БИЛЕТУР) .....                                 | 316 |
| <i>Яковлева А.С., Перфильев А.В.</i> Анализ потребительского поведения гостей предприятий питания г. Владивостока (на примере сети ресторанов «Токио»).....                          | 321 |

## РОЛЬ САЙТОВ В ПРОДВИЖЕНИИ И ИСПОЛЬЗОВАНИИ УСЛУГ ТУРИСТСКО-ИНФОРМАЦИОННЫХ ЦЕНТРОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**П.В. Шадрин**

бакалавр

**Г.А. Петрова**

ассистент кафедры Туризма и Экологии

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса  
Владивосток, Россия*

*В статье представлено исследование влияния качества сайтов туристско-информационных центров в России как средства продвижения туристических дестинации, а также использования информационных услуг туристами. Актуальность исследования – развитие информационных технологий в туризме, наличие удобного сайта. Методами исследования являются анкетирование, контент-анализ, оценка соответствия критериев.*

**Ключевые слова:** туристско-информационный центр (ТИЦ), критерии оценивания, опрос, туристская дестинация, официальный сайт ТИЦ, продвижение туристских услуг.

## THE ROLE OF SITES IN THE PROMOTION AND USE OF TOURIST INFORMATION SERVICES CENTERS IN THE RUSSIAN FEDERATION

*The article presents a study of the influence of the quality of sites of tourist information centers in Russia as a means of promoting tourist destinations, as well as the use of information services by tourists. The relevance of the research is the development of information technologies in tourism, the availability of a convenient website. Research methods are questionnaires, content-analysis, criteria compliance assessment.*

**Keywords:** tourist information center (TIC), evaluation criteria, survey, tourist destination, the official website of the TIC, promotion of tourist services.

В настоящий момент времени наблюдается экспоненциальный рост интернет-ресурсов. Наличие уникального и удобного в использовании сайта является актуальной проблемой для организаций и предприятий многих сфер деятельности, в том числе и для туристско-информационных центров (ТИЦ).

ТИЦ создаются для продвижения региона туристкой дестинации на государственном и интернациональном уровнях; поддержки и увеличения популярности бренда туристско-информационного центра. Один из критериев включения в реестр ТИЦ – наличие сайта [1].

Изучению проблемы, связанной с созданием и управлением качественных сайтов туристско-информационных центров в Российской Федерации, уделяется мало внимания, не смотря на интенсивное развитие информационных технологий во всём мире, цифровой экономики в России и продвижение региона туристской дестинации, в том числе с помощью использования сайтов. Подтверждением этого становится низкое количество публикаций по схожим темам: А.А. Аксенова [2] и Н. Ф. Кузнецова [3]. Также есть публикация, непосредственно связанная с оценкой сайтов ТИЦ М. Ю. Савотин [1].

Актуальность рассматриваемой проблемы, её практическая значимость определили выбор темы научно-исследовательской работы и послужили основой для формулирования ее цели и задач.

Цель научно-исследовательской работы – выделить критерии и провести оценку некоторых сайтов туристско-информационных центров, выявить сайты с наибольшим количеством пунктов соответствия критериям. Достижение поставленной цели потребовало решения ряда задач:

- выделить сайты туристско-информационных центров РФ для анализа;
- проанализировать сайты туристско-информационных центров РФ;

- определить критерии для оценки официальных сайтов;
- провести опрос и оценку.

Предметом исследования являются официальные сайты туристско-информационных центров Российской Федерации как средства продвижения туристских услуг.

Методы исследования: контент-анализ, оценка соответствия критериям, анкетирование.

Сайт ТИЦ является одним из информационных ресурсов, связанных с информацией о туристской дестинации для пользователей сети Интернет. Как говорилось ранее, один из критериев для включения в реестр туристско-информационных центров является наличие сайта. К сожалению, не на каждом сайте существует актуальная и полная информация про посещение субъекта РФ, работу общественного транспорта, а также отзывчивой навигации. Также на некоторых сайтах наблюдается устаревший дизайн и отсутствие версии для мобильных устройств.

В виду имеющихся проблем было выделено 12 критериев для оценки сайтов ТИЦ (минимальное значение – 1 пункт, максимальное – 5 пунктов). Выборка составила 10 человек. Каждый из критериев обусловлен существованием определенной проблемы:

- наличие/отсутствие, качество, полнота и актуальность информации про объекты показа туристской дестинации (достопримечательности). Наличие фотографий, адреса, местоположения на карте, краткого краеведческого описания;

- наличие/отсутствие и качество информации про особенности субъекта РФ туристской дестинации, поскольку ТИЦ занимается продвижением региона [3];

- наличие/отсутствие и качество информации про предприятия общественного питания (ПОП). Наличие фотографий, отзывов, контактов, адреса, местоположения на карте, краткого описания, сайта ПОП (при наличии), среднего чека, виды предлагаемых кухонь;

- наличие/отсутствие и качество информации про коллективные средства размещения (КСР). Наличие фотографий, отзывов, контактов, адреса, местоположения на карте, краткого описания, сайта КСР (при наличии);

- наличие/отсутствие и качество информации про развлечения, досуг. Пользователь может узнать, чем ему заняться, помимо посещения достопримечательностей.

- наличие/отсутствие информации про работу общественного транспорта. Не каждый турист готов арендовать транспорт или каждый раз пользоваться услугами, поэтому необходима информация про работу общественного транспорта (ссылка на сайт с актуальной информацией или приложение, позволяющее построить маршрут по городу);

- наличие/отсутствие календаря событий или информации про предстоящие анонсы. Турист может узнать о запланированных предстоящих событиях и посетить их; стать участником и провести своё время.

- наличие/отсутствие и качество памятки туристу, отражающая особенности посещения туристской дестинации, номера экстренных служб;

- наличие/отсутствие и качество мобильной версии сайта. Пользователь, который вошёл на сайт через мобильное устройство с низкой долей вероятности продолжит своё посещение, если на нём нет мобильной версии;

- качество дизайна сайта. Пользователь в первую очередь видит дизайн, оформление сайта, а лишь затем саму информацию. При отсутствии качественного дизайна, пользователь может прекратить своё знакомство с сайтом;

- навигация по сайту. Наличие строгой структуры сайта, возможность для пользователя быстро и легко ориентироваться по нему, переходить на различные разделы с любой точки сайта;

- среднее значение критериев 1-11. Для наглядности полученных результатов. Результаты анкетирования приведены в табл. 1.

Таблица 1

#### Результаты анкетирования оценки сайтов туристско-информационных центров РФ

| Субъект РФ, в котором располагается ТИЦ и ссылка на сайт | 1   | 2   | 3   | 4   | 5   | 6   | 7   | 8   | 9   | 10  | 11  | 12   |
|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|
| Алтайский край<br>(visitaltai.info)                      | 4,6 | 1,9 | 2,6 | 4,3 | 4,1 | 1,7 | 4,4 | 4,5 | 3,3 | 2,6 | 3,5 | 3,41 |

| Субъект РФ, в котором располагается ТИЦ и ссылка на сайт | 1   | 2   | 3   | 4   | 5   | 6   | 7   | 8   | 9   | 10  | 11  | 12   |
|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|
| г. Санкт-Петербург<br>(visit-petersburg.ru)              | 5   | 1,9 | 4,9 | 4,8 | 5   | 4,8 | 4,5 | 4,4 | 3,6 | 4,4 | 4,6 | 4,35 |
| Иркутская область<br>(myirkutsk.info)                    | 4,5 | 1,3 | 4,3 | 4,5 | 4,2 | 2,1 | 1,9 | 3,2 | 4,5 | 4,7 | 5   | 3,65 |
| Краснодарский край<br>(tourism.krd.ru)                   | 4,4 | 4,7 | 4,1 | 3,5 | 2,3 | 1   | 4,1 | 1   | 3,6 | 3,4 | 4,2 | 3,30 |
| Московская область<br>(welcome.mosreg.ru)                | 4,3 | 1   | 3,9 | 3,7 | 4,1 | 1   | 4,5 | 1   | 3,8 | 4,3 | 2,8 | 3,13 |
| Приморский край<br>(visit-primorye.ru)                   | 4,5 | 5   | 4,4 | 5   | 4,4 | 3,1 | 4,6 | 4   | 5   | 4,9 | 5   | 4,54 |
| Республика Карелия<br>(ticrk.ru)                         | 4   | 4,4 | 3,5 | 1   | 2,4 | 4,7 | 4,1 | 4,6 | 1,5 | 4,1 | 4,3 | 3,51 |
| Республика Крым<br>(gupkc.ru)                            | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 2,8 | 2,7 | 2   | 1,41 |

*Примечание:* сост. автором на основании ранее упомянутых критериев.

По данным Федерального агентства по туризму (Ростуризм) и Национальной Ассоциации информационно-туристских организаций naito-russia.ru на 30.03.2020 г. [5], из 85 субъектов РФ, только лишь в 78 из них есть 218 организационно-правовых форм и 256 туристско-информационных центров. Из них были отобраны лишь 9 субъектов РФ и для каждого из них по 1 ТИЦ, которые являются популярными по внутреннему туристическому потоку в Российской Федерации.

По итогу проведённого анкетирования на соответствие сайтов ТИЦ выделенным ранее критериям, получены следующие результаты: максимальное соответствие критериев у Приморского края (4,54 пунктов), затем у города федерального значения Санкт-Петербург (4,35 пунктов). У Иркутской области 3,65 пунктов и у Республики Карелия 3,51 пунктов.

Минимальное количество соответствия критериев у Республики Крым (1,41 пунктов), затем идёт Московская область, она набрала 3,13 пунктов. У Краснодарского и Алтайского краев примерно одинаковые значения: 3,30 и 3,41 пунктов, соответственно. Как можно заметить из рис. 1, только у одного ТИЦ среднее значение находится от 4,45 до 5 пунктов.

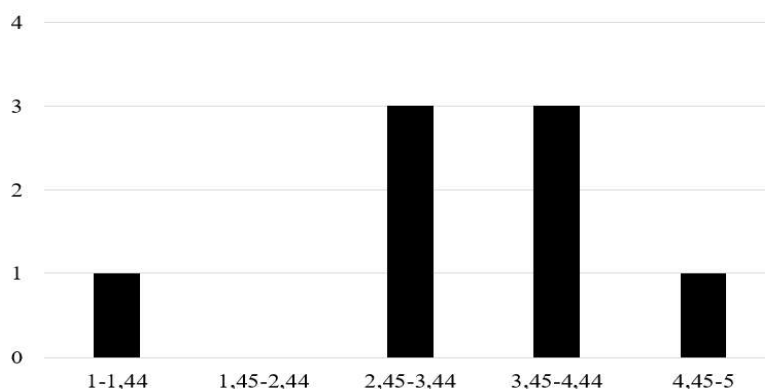


Рис. 1. Количество соответствий средних значений сайтов ТИЦ по шкале

Прежде чем рассматривать соответствие у сайтов ТИЦ вышеперечисленных критериев, следует отметить, что сайт ТИЦ у Республики Крым давно не обновлялся: последняя запись

была сделана в мае 2019 года и в ней отсутствует практически вся информация, которая указана в критериях, поэтому у данного сайта такие низкие показатели.

Наиболее близким к 5 пунктам оказался критерий под номером 1 – наличие/отсутствие и качество информации про объекты показа (достопримечательности) (4,04 пункта). Практически на каждом сайте есть краткое краеведческое описание, карта (или адрес) и фотографии объекта показа. Критерии под номерами 9, 10 и 11 – наличие/отсутствие мобильной версии сайта (3,51 пункта), качество дизайна сайта (3,89 пункта) и навигация по сайту (3,93 пункта), соответственно, являются важными показателями, поскольку на данный момент чаще пользуются мобильными телефонами при просмотре контента, нежели компьютером или ноутбуком. И сам дизайн сайта должен быть понятным для пользователя, как и навигация по сайту, поскольку пользователь сможет быстро найти необходимую для него информацию. Стоит отметить, что у Республики Карелии отсутствует мобильная версия сайта, но при этом, многие сайты были созданы недавно: это видно по их современному и минималистичному дизайну.

Критерий номер 6 – наличие/отсутствие информации про работу общественного транспорта, оказался наименее выполняемым (2,43 пункта). Информация в полном объеме присутствует лишь у города федерального значения Санкт-Петербург и Республики Карелия. Трансфер из аэропорта и минимальная информация упоминается в Приморском крае. У остальных ТИЦ информация отсутствует.

Следующий критерий номер 2 – наличие/отсутствие и качество информации про особенности субъекта РФ туристской дестинации набрал 2,65 пункта. Поскольку ТИЦ занимается продвижением региона туристской дестинации на государственном и международном уровнях, этот критерий является важным. Если турист не слышал об особенностях региона, которые отличают его от других, то он вряд ли туда поедет.

И критерий номер 8 – наличие/отсутствие и качество памятки туристу (2,96 пункта). Лишь в 5 из 8 сайтах ТИЦ присутствует памятка туристу при нахождении в субъекте РФ (оказание первой медицинской помощи, номера экстренных служб, информация про опасность клещей и т.д.).

Таким образом, туристско-информационные центры позволяют получить официальную и качественную информацию про туристскую дестинацию, продвигать регион на государственном и международном уровнях. Наличие удобного сайта ТИЦ, в котором любой пользователь может найти нужную информацию для составления самостоятельного путешествия – уже необходимость. Отсутствие сайта или его некачественное исполнение, отсутствие критически важной информации для туриста и неактуальность информации складывают первое негативное мнение к туристской дестинации.

Поэтому владельцам сайтов ТИЦ необходимо постоянно актуализировать и добавлять новую информацию, не забывая про строгую иерархию для осуществления удобной навигации по сайту для пользователя. Также важным является визуальный ряд (изображения и видеоконтент), дизайн самого сайта и наличие мобильной версии, поскольку человек воспринимает большую часть информации своими глазами.

Исходя из данных, полученных при анализе сайтов ТИЦ, можно сказать, что у многих отсутствует информация о работе общественного транспорта, по особенностям субъектов РФ туристской дестинации и памятка туристу.

---

1. Савотин М. Ю., Сайт туристско-информационного центра: задачи, структура, особенности контента. – Елец: научные исследования: история, образование и культура, сфера дизайна и туризма: материалы Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов и молодых ученых, Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина, 2017. – С. 439-443.

2. Аксенова А. А. Мониторинг деятельности туристско-информационных центров России. // Студенческая наука XXI века. – 2016. – №2-1 (9). – С. 201–203.

3. Кузнецова Н. Ф. Информационный ресурс как инструмент продвижения на рынок туристской дестинации на примере Республики Хакасия // «Азимут научных исследований: экономика и управление», Хакасский государственный университет. – 2017. – №3 (20). – С. 215-217.

4. Гомилевская Г.А., Петрова Г.А. Морской туризм как составляющая туристского бренда "Восточное кольцо России" // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2017. –Т. 9. – № 3 (38). – С. 71-85.

5. Перечень и контактная информация туристско-информационных центров [Электронный ресурс]. – URL: <https://tourism.gov.ru>

**Рубрика: Аэродромы. Аэропорты**

УДК 656.71

## **АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЛУЖБЫ ОРГАНИЗАЦИИ ПАССАЖИРСКИХ ПЕРЕВОЗОК АО «ХАБАРОВСКИЙ АЭРОПОРТ»**

**Е.А. Шатько**

бакалавр

**Л.А. Королева**

канд. техн. наук, доцент кафедры дизайна и технологий

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса  
Владивосток, Россия*

*В статье проанализирована деятельность службы организации пассажирских перевозок АО «Хабаровский аэропорт». С помощью следующих научных методов исследования: бизнес модель по шаблону А. Остервальдера, Swimlane диаграмма, PEST-анализ, SWOT-анализ, метод потребительского сценария, выявлены проблемы в деятельности данного структурного подразделения и предложены рекомендации по их устранению.*

**Ключевые слова:** аэропорт, сервис, сервисное обслуживание, пассажирские перевозки, обслуживание авиапассажиров, служба организации пассажирских перевозок.

## **ANALYSIS OF THE ACTIVITY OF THE PASSENGER TRANSPORTATION ORGANIZATION SERVICE OF AIRPORT Khabarovsk**

*The article analyzes the activities of the passenger transportation organization service of Airport Khabarovsk. Using the following scientific research methods: business model based on template A. Osterwalder, Swimlane diagram, PEST analysis, SWOT analysis, consumer scenario method, identified problems in the activities of this structural unit and proposed recommendations for their elimination.*

**Keywords:** airport, service, service, passenger transportation, air passenger service, passenger transportation organization service.

Значение воздушного транспорта в единой транспортной системе страны непрерывно возрастает, как и его участие в освоении пассажирских перевозок. К воздушному транспорту, являющемуся пассажирским, предъявляются высокие требования по оказанию сервисных услуг.

Актуальность работы обусловлена важностью исследования деятельности сервисных служб, которые влияют на эффективность показателей аэропорта в целом. Вопросы организации пассажирских авиаперевозок рассмотрены в научных трудах Л.Б. Бажова, Г.С. Вороницыной, Т.В. Галямовой, С.А. Кропивенцевой, В.А. Романенко, А.А. Чайкиной. Однако, до настоящего времени не выявлены проблемы в деятельности службы организации пассажирских перевозок и не предложены рекомендации по их решению.

Целью исследования является разработка рекомендаций по совершенствованию деятельности службы организации пассажирских перевозок АО «Хабаровский аэропорт».

Реализация поставленной цели обусловила необходимость решения следующих задач:

- 1) Изучить теоретические основы деятельности сервисных служб аэропорта;
- 2) Проанализировать деятельность службы организации пассажирских перевозок (СОПП) АО «Хабаровский аэропорт» известными методами;
- 3) Выявить проблемы в деятельности СОПП и предложить рекомендации по их устранению.