

УДК 658.3

**ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ
ЭРГОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ**

Овчинников Ю.Д.

*кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры «Биохимии, биомеханики и естественнонаучных дисциплин»,
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма»,
г. Краснодар, Россия*

Пикалина В.А.,

*студентка факультета адаптивной и оздоровительной физической культуры, профиль «Оздоровительные технологии»
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма»,
г. Краснодар, Россия*

Аннотация:

Введение. Оздоровительные услуги для населения через интернет-сайты телемагазины стали востребованной услугой, предоставляемые навязчивой рекламой. Актуальность. Именно аудиовизуальные способы восприятия информации сформировали новую современную категорию «здорового образа жизни населения в аудиовизуальном формате». Новизна: в статье авторы рассматривают проблему взаимосвязи оздоровительных услуг и эргономических факторов для потребителя. Цель исследования - представление развития нового формата оздоровительных услуг потребителю с помощью аудиовизуальных технологий с учетом эргономических факторов. В Вузах спортивного профиля изучается курс «Биомеханика двигательной деятельности», отдельной учебной дисциплины

Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

или специализированного курса по направлению эргономической биомеханики не предусмотрено. Хотя данное направление актуально для студентов реабилитологов и оздоровительного профиля. Практическая значимость исследования. В процессе проведенного научного исследования оказалось, что массажер для ног FOOT MASSAGER явился самым продаваемым продуктом оздоровления, но потребители не знали, какой вред собственному здоровью может нанести. В статье приводятся противопоказания для пользователей массажными тренажерами.

Ключевые слова: оздоровительные технологии, маркетинг, биомеханика двигательной деятельности, потребительские услуги.

HEALTH SERVICES IN TERMS OF ERGONOMIC FACTORS

Ovchinnikov Yu.D.

*Candidate of Technical Sciences, associate professor, associate professor
"Biochemistry, Biomechanical and Science Disciplines"*

*FSBOU "Kuban State University of Physical Culture, Sports and Tourism,"
Krasnodar, Russia*

Pikalina V.A.

*Student of the Faculty of Adaptive and Healthy Physical Culture, profile "Health
Technologies"*

*FSBOU "Kuban State University of Physical Culture, Sports and Tourism,"
Krasnodar, Russia*

Annotation:

Introduction. Wellness services for the population through the Internet sites of telemarketers have become a popular service provided by Intrusive advertising. Relevance. It is the audiovisual ways of perceiving information that have formed a new modern category of "healthy lifestyle of the population in an audiovisual format". Novelty. In the article, the authors consider the problem of the
Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

relationship between health services and ergonomic factors for the consumer. Purpose of research. Presentation of the development of a new format of health services to the consumer using audio-visual technologies, taking into account ergonomic factors. In Universities of sports profile, the course "Biomechanics of motor activity" is studied. there is no separate academic discipline or specialized course in the direction of ergonomic biomechanics. Although this direction is relevant for students of rehabilitation and health profile. Practical significance of the research. In the course of scientific research, it turned out that the foot massager was the best-selling product of health improvement, but consumers did not know what harm to their own health can cause. The article presents a contra-indication for users of massage equipment.

Keywords: health technologies, marketing, motor biomechanical, consumer services.

Введение. Оздоровительные технологии стремительно развиваются [12]. Современный потребитель имеет право выбора оздоровительной технологии по своему усмотрению. Разными категориями населения здоровье воспринимается как некоторая физическая величина, которая как может убавиться и прибавится. Инстинкт самосохранения здоровья срабатывает только в критических ситуациях, но оказывается, что у каждого человека понятие «критического минимума» свое. Осмысление кризиса здоровья наступает поздно. Актуальность. Навязчивая реклама предлагает множество оздоровительных технологий с мгновенным эффектом.

Постановка проблемы. На рынке оздоровительных услуг потребителю навязываются группы инновационных товаров через интернет-сайты и телемагазины[5]. Например, различного рода массажеры. Проблема состоит в том, что потребитель не может потрогать товар руками и тем более поучаствовать в эксперименте[13].

В крупных гипермаркетах г. Краснодара продаются различного вида массажеры в разной ценовой линейке. Развит так называемый пробный маркетинг: потребителю предлагается попробовать массажное устройство: посидеть в массажном кресле 3-5 минут.

Более того проводятся различные оздоровительные мероприятия, например «Фестиваль скандинавской ходьбы в г. Краснодаре», где участникам предлагалось посидеть в массажном кресле и рассказать о своих ощущениях. Их нельзя назвать объективными. С одной стороны, это рекламный антураж на мероприятии от торговой фирмы. С другой стороны, массажное кресло, как часть комфортного стиля для участников оздоровительного мероприятия. Такие маркетинговые элементы вряд ли могут показать реальные научные результаты. Потребитель хочет попробовать просто новые ощущения, которые никогда не испытывал или пересидеть организационные моменты в комфортном состоянии. Биомеханика человеческого тела такова, что стоять на одном месте вредно для позвоночника, лучше ходить. Как показывают наблюдения на различных мероприятиях, организаторы собирают толпу людей в одном месте, которая, прежде всего, устает друг от друга [8].

Цель исследования - показать развитие нового формата оздоровительных услуг потребителю с помощью аудиовизуальных технологий с учетом эргономических факторов. В Вузах спортивного профиля изучается курс «Биомеханика двигательной деятельности», отдельной учебной дисциплины или специализированного курса по направлению эргономической биомеханики не предусмотрено [10,11]. Хотя данное направление актуально для студентов реабилитологов и оздоровительного профиля. Проведенное научно-прикладное исследование имеет признаки педагогической целесообразности, научной новизны, показывая информированность начинающего ученого по актуальной проблеме, ознакомление с методологией эксперимента со своим личным участием, подчеркивая знание Дневник науки | www.dnevnikaui.ru | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

изученного курса в логико-компетентностном подходе, стремление к дальнейшему профессиональному самосовершенствованию по направлению оздоровительных технологий, а именно практико-ориентированный подход в оздоровлении и реабилитации конкретного человека.

Материалы исследований.

Как показало изучение интернет - источников и рекламных роликов по различным каналам телевидения, самым рекламируемым товаром, позволяющим улучшить здоровье, оказались массажеры разных типов. Фирма «MELEON» рекламной рассылкой на электронную почту в течении 30 дней успела осчастливить 32 раза, реклама «плавающего окна» 18 раз, телемагазин 3 раза в день.

Рекламный слоган фирмы «MELEON» «Обеспечит грамотную профилактику многих заболеваний и улучшит ваше самочувствие!»

Рекламируемый потребителю товар: Массажер для ног FOOT MASSAGER(рис.1)[9].

Массажер для ног FOOT MASSAGER, красный - создан на основе инновационных технологий и древней традиционной точечной медицины. Устройство воздействует сразу на две стопы, что максимально приводит организм в тонус и расслабляет. На выбор потребителю предложено несколько программ массажа, к которым можно обращаться ежедневно.

Главные достоинства Массажер для ног FOOT MASSAGER, заявленные в рекламе:

- Снижает усталость и убирает судорогу в ногах после интенсивной ходьбы всего за пару минут;
- Большой эффект : одновременный массаж двух стоп;
- Устраняет отечность ног, помогает при плоскостопии;
- Способствует снижению болевых ощущений у спортсменов после серьезных физических нагрузок на ноги;
- Избавит от бессонницы, тонизирует, укрепляет силы организма;

- Предлагает не только несколько программ массажа, но и режим подогрева, который станет незаменимым в холодное время года;
- Обладает стильным внешним видом, компактными размерами и легким весом;
- Цена на массажер для стоп приятно удивит вас в интернет магазине Мелеон!

Технические характеристики

- Мощность: 40 Вт;
- Температура нагрева во время работы: от +10 до 40 градусов по Цельсию;
- Питание: сеть 220 В;
- Время работы в автоматическом режиме: 15 минут;
- Количество режимов скорости: 3(высокая, средняя, низкая);
- Материалы: металл, пластик, текстиль;
- Вес: 7,5 кг;
- Цвет: красный (бордовый) или черный;
- Панель управления массажером может отличаться;
- Размер: 60 x 34 x 26 см.

Интернет–магазин MELEON <https://www.meleon.ru/product/massazher-dlya-nog-blazhenstvo-fo>.

Рекламируемый товар привлекателен для потребителя с эстетической точки зрения и эргономических свойств - мало габаритных размеров, легкого веса, удобен в перемещении. В некоторых видах товаров производитель указывает эргономические свойства в обязательном порядке, чтобы не вводить потребителя в заблуждение о степени его полезных свойств для организма человека[3].



Рис.1 Массажер для ног FOOT MASSAGER, красный.

Проблема состоит в том, что маркетинговые характеристики товара представлены не производителем, а торговой фирмой посредником. Производитель (страна Китай) не несет никакой ответственности за здоровье российских граждан, так как находится вне юрисдикции отечественных правовых норм. Торговая фирма посредник не желает вкладывать деньги в исследования товара по оздоровлению потребителя. Отзывы на сайте могут быть не объективными.

Студентка Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма направление специализации «Оздоровительные технологии» Пикалина Валерия Александровна провела прикладное научное исследование и сама опробовала действие данного тренажера, обладающего признаками комфортности и компактности[2]. Было выбрано несколько физических состояний у испытуемого. Нахождение в состоянии бодрости - массажер приносит раздражающий эффект. Если после длительной ходьбы: наблюдалась усталость стопы, улучшалось кровообращение на короткий промежуток времени в ногах, но уставали мышцы спины. Необходимо было найти комфортную позу, при которой массажер поможет снять стресс с точки зрения эргономической биомеханики, а именно удобное расположение тела[8]. Существует мнение, что массажер поможет в лечении плоскостопия.

Плоскостопие не исчезнет, если не укреплять связки и мышцы стопы и голени, для этого необходимо подобрать комплекс физических упражнений.

Важным эргономико-техническим фактором является количество скоростей и интенсивность массажера, и возможность настроить его в соответствии с предпочтениями потребителя оздоровительной услуги. Чем больше программ у модели, тем лучше. Комфортную процедуру обеспечит модель, которая генерирует звук не более 50 дБ.

Исследование показало, что не все виды массажеров пригодны для домашнего пользования[4,6]. Механические массажеры используют в домашнем оздоровлении[7]. Они отличаются доступной ценой и простотой использования. К ним относят:

- Коврики с шероховатой или выпуклой поверхностью;
- Специальные тапочки;
- Игольчатые маты;
- Простые роликовые массажеры.

В процессе проведенного исследования увидели одну большую особенность: потребитель, приобретая красивый, техничный, компактный товар - массажер о критериях безопасности для собственного здоровья думает в последнюю очередь. Яркая реклама и эффект подражания превалируют над собственной безопасностью и желанием не навредить организму.

Практические рекомендации для потребителя. Потребителю необходимо учитывать тот факт, что функциональные и многопрограммные продукты довольно дороги и чтобы попробовать, сначала выберите деревянное устройство. Это дешевый и эффективный товар одновременно.

Следует особо отметить, что у массажеров есть противопоказания, и производитель не всегда указывает этот важный фактор для здоровья потребителя. Некоторые массажеры предлагают процедуру прессотерапии, которая включает следующие противопоказания, к которым относят:

- Подагру, ревматизм, остеопороз;
- Сахарный диабет,
- Тромбоз;
- Заболевания крови, характеризующиеся плохой свертываемостью.

Некоторые модели дополнительно оснащены ультразвуковым устройством для улучшения состояния кровеносных сосудов[1]. Совершенно не понятно, какое влияние ультразвук окажет на кровеносные сосуды.

Массажное воздействие на ноги улучшает кровообращение и работу лимфатической системы. Сеансы снимают напряжение и усталость, улучшают настроение и самочувствие, укрепляют иммунитет.

Вместе с показаниями массажеры имеют и противопоказания. При болях в пояснице и травмах ног их применять не рекомендуется. Напольные вибрационные аппараты противопоказаны при грыжах, заболеваниях мочевыделительной системы и повышенном артериальном давлении. Инфракрасные приборы запрещены при туберкулезе и диабете, болезнях эндокринной системы, сердца и сосудов. Аппараты, работающие с ультразвуком, недопустимы в использовании при наличии сердечных имплантатов, камнях в почках или желчном пузыре. Механические массажеры не рекомендуются для людей с заболеванием вен.

Процедура прессотерапии противопоказана при наличии опухолей, проблем с венами и острых инфекциях. Не рекомендуется применять любой из видов аппаратов при симптомах интоксикации. Гидромассажные ванночки могут спровоцировать обострение хронических заболеваний и развитие тромбоза.

Выводы.

Потребитель покупает себе массажер, покупает опосредованно оздоровительную услугу для индивидуального пользования. Вопрос не

только цены и качества товара, а прежде всего оздоровительного эффекта и удобства пользования. Необходимо развивать здоровьесберегающее образование, чтобы потребитель знал именно оздоровительные свойства товара не с рекламной информации, а с точки зрения специалиста.

Рекламные сайты, сообщая информацию, не учитывают, что тем самым наносит вред тысячам покупателей.

Библиографический список:

1. Асирян Е.Г. Ультразвук и его влияние на иммунную систему // Лечебное дело: научно-практический терапевтический журнал. - 2016. - № 5. - С. 82-86.
2. Артемьева Н.К., Яхина Е.П., Остриков А.П. Анализ значимости факторов, формирующих здоровье современных студентов // В сборнике: Экология: рациональное природопользование и безопасность жизнедеятельности. Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции, с международным участием. Адыгейский государственный университет. 2017. С. 10-12.
3. Вайнштейн Л., Дик С., Щербина Н., Яшин К. Подготовка специалистов в области инженерной психологии и эргономики // Наука и инновации. - 2014. - № 7 (137). - С. 26-28.
4. Выбор массажера для ног [Электронный ресурс] <http://figuradoma.ru/massazh/oborudovanie-krema-masla/massazher-dlya-nog.html> (Дата обращения 20.03.2020).
5. Егорова Н.Ю. Особенности продвижения товара в телемагазине // Качество науки - качество жизни. 2018. № 11. С. 41-48.
6. Как выбрать массажный аппарат для ног [Электронный ресурс] <http://figuradoma.ru/massazh/oborudovanie-krema-masla/massazhnyj-apparat-dlya-nog.html> (Дата обращения 20.03.2020).

7. Карминский В.Д., Соломин В.А., Филь Е.С., Калинин С.Ю. Массажер для стоп/патент на изобретение RUS 2033781 06.06.1991.
8. Кузнецова З.М., Овчинников Ю.Д. Усталость-биомеханическая категория// Педагогико-психологические и медико-биологические проблемы физической культуры и спорта. - 2018. - Т. 13. № 1. - С. 178-183.
9. Массажер для ног Foot Massager в Краснодаре [Электронный ресурс 17.05.2020] <https://krasnodar.tiu.ru/Massazher-dlya-nog-foot-massager.html> (Дата обращения 17.05.2020).
10. Овчинников Ю.Д., Минченко В.Г. Биомеханика двигательной деятельности: методика обучения студентов // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. - 2017. - Т. 2. № 4. - С. 47-51
11. Окулова Л.П. Эргономика образования как теория проектирования системы «Человек - образовательная знаковая среда»//Фундаментальные исследования. - 2012. - № 3-3. - С. 616-619.
12. Серенков П.С., Хорлоогийн А.С. Системный подход к качеству физкультурно-оздоровительных услуг // Стандарты и качество. - 2017. - № 10. - С. 98-101.
13. Тарасов А.А., Воронкова О.В. Конкурентоспособная продукция на наукоемком рынке // Наука на рубеже тысячелетий. - 2013. - №11. - С.6.-8.

Уникальность 80%.