

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВЫСТРАИВАНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ С КЛИЕНТАМИ В ТУРИСТСКОМ БИЗНЕСЕ

Н. В. Биттер

Алтайский государственный технический университет им. И. И. Ползунова
г. Барнаул, Россия

Проведен анализ роли коммуникативных компетенций и тренингов в выстраивании взаимоотношений с клиентами туристских фирм. Представлены результаты анкетирования и программа тренинга коммуникативных умений.

Ключевые слова: психологическая грамотность, туризм, тренинги, туристский бизнес.

PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF BUILDING CUSTOMER RELATIONS IN TOURIST BUSINESS

N. V. Bitter

Polzunov Altai State Technical University, Barnaul, Russia

The analyses of communicative competences and trainings role in building customer relations in tourist business was carried out. The results of the survey and communication skills training program were represented.

Keywords: psychological literacy, tourism, training, tourist business.

Современное общество и конкурентная среда на туристском рынке предъявляет все большие требования к психологическому аспекту взаимоотношений специалистов в туристской сфере.

На наш взгляд для достижения данной цели целесообразно использовать в работе с сотрудниками тренинги. Использование тренингов будет способствовать развитию психологической грамотности у сотрудников.

Рассмотрим основные подходы к трактованию понятия «тренинг».

Впервые термин «социально-психологический тренинг» был использован немецким ученым М. Форвергом. Н.Н. Богомоловой, отмечает, что назначение тренинга состоит в овладении социально-психологическими знаниями с целью формирования необходимых социальных установок в определенном образе деятельности [4, С. 15].

Е.В Сидоренко отмечает, что тренинг коммуникативной компетентности направлен на исследование драм делового общения и

создание эффективных способов их разрешения [5, С. 78].

При проведении тренинга развивается умение выстраивания взаимоотношений с клиентами, принимать другого человека. Особую ценность тренинга заключается в развитии умения оказывать помощь и поддержку клиентам при выборе туристских услуг.

Роль тренинга в развитии коммуникативных умений использования психологических аспектов выстраивания взаимоотношений с клиентами, определяются специфическими чертами тренинга. Рассмотрим данные черты: следование принципам групповой работы; участники группы нацелены на психологическую помощь друг другу в саморазвитии, данная помощь исходит в большей степени от самих участников группы, а не от тренера;

состав группы для проведения тренингов должен быть стабилен; необходимо определить пространственную организацию – наличие удобного изолированного помещения, работа участников в основном в кругу;

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВЫСТРАИВАНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ С КЛИЕНТАМИ В ТУРИСТСКОМ БИЗНЕСЕ

выстраивание взаимоотношения между участниками группы в ситуации «здесь и теперь»;

использование активных методов в групповой работе;

перевод субъективных чувств и эмоций участников группы относительно друг друга и происходящего в группе в объективное русло, использование вербализованной рефлексии;

доверительное свободное общения между участниками группы, наличие климата психологической безопасности [3, С. 105].

На основе данных черт тренинга разработано большое огромное количество модификаций конкретных форм тренингов, которые различаются между собой по целому ряду признаков. В рамках нашего исследования для нас представляет тренинг развития компетентности в общении (коммуникативной компетентности, коммуникативных умений).

Суть тренинга коммуникативной компетентности в первую очередь направлено на развитие социально-психологических умений, связанных с взаимопониманиями, взаимоотношениями, взаимовлиянием.

В результате прохождения тренинга у сотрудников туристской фирмы формируется следующие умение выстраивать взаимоотношение с клиентами с учетом психологических аспектов общения:

развитие умения верно и ситуативно обусловлено с точки зрения психологических особенностей общения вступить в диалог;

умение не только поддерживать общение с клиентом, но стимулировать психологическую активность партнера на формулирование своих потребностей в отдыхе;

умение психологически точно определить конечный результат «продажи» туристской услуги;

умение использовать социально-психологические характеристики коммуникативной ситуации для реализации технологии продаж туристского продукта;

умение проектирования возможных путей развития коммуникативной ситуации общения с клиентами в процессе продажи туристского продукта;

умение прогнозировать реакции клиентов на ваши коммуникативные действия;

умение психологически эмоционально «подстраиваться» под тон общения клиента, умение овладеть и удержать инициативу в общении;

умение спровоцировать «желаемую реакцию» клиента на результат продажи туристского продукта;

умение формировать и «управлять» социально-психологическим настроением клиента во время продажи турпакета [1, С. 93].

В тренинге коммуникативной компетентности рассматривается именно параллельно взаимодействие и общение. Эти две категории перетекают друг в друга. В современном менеджменте большая часть взаимодействия с клиентами, сотрудниками происходит в форме общения.

При проведении тренинга по развитию коммуникативной компетентности делается упор на деловом, а не на личностном общении. Происходит обучение клиентов использованию психологических аспектов общения.

В целом в результате проведения тренингов развиваются такие формы поведения, которые включают и восприятие партнера, и передачу ему определенных сигналов (коммуникацию), и воздействие на него.

Помимо использования в процессе проведения тренинга определенных типов общения включаются также упражнения снятия мышечных зажимов, мышечных напряжений, развивающие мускульную свободу в процессе общения, позволяющие овладеть навыками психофизиологической саморегуляции, развивающие навыки произвольного внимания, наблюдательности, навыки невербального общения, формирующие умения управлять вниманием партнеров по общению и т.д.

При выполнении упражнений на формированию навыков привлечения внимания партнера применяются следующие способы привлечения удержания внимания клиентов:

- при общении с клиентами использовать ранее неизвестную информацию;

- организовывать «коммуникативные провокации» – создание при общении с клиентом ситуаций несогласия с изложенной информацией, а далее стимулировать клиента на изложение своей позиции;

- гиперболизация как способ заострения внимания партнера по общению;

- коммуникативный акцент на ценностных аргументациях, доминирующие у партнера по общению;

- при общении с клиентом нужно коммуникативно сопоставлять все «за» и «против» это позволяет удерживать внимание клиента;

- ситуативное интервьюирование клиента через постановку прямых вопросов, позволяет поставить партнера по общению перед необходимостью включаться в коммуникативную деятельность;

- максимальное использование в общении экспрессивных средств, через организацию сопереживания интересов партнеров.

Для решения задач тренинга коммуникативных умений используются следующие методы работы: групповые дискуссии, ролевые игры, психогимнастика.

Отметим, что то, насколько тренинг эффективен тем, настолько он позволяет обеспечить индивидуальную направленность подготовки сотрудников туристских фирм к конкретной деятельности с клиентами.

Итак, психологический тренинг – это совокупность активных методов практической психологии, используемые для работы с участниками тренинга, в целях оказания им помощи в решении конкретных задач.

На наш взгляд программа тренинга в сфере туристского обслуживания должна быть посвящена основным аспектам взаимодействия менеджеров туристских агентств с клиентами, в процессе продажи туристских услуг. В тренинге большое значение уделяется формированию коммуникативных навыков, как эффективному инструменту выстраивания продуктивных взаимоотношений с клиентом. Немаловажное место занимает блок осознания и выстраивания позитивной, ориентированной на клиента установки. Отдельное место уделяется техникам работы с конфликтным клиентом.

При проведении тренинга в первую очередь необходимо определить целевую аудиторию – это менеджеры туристских агентств, т.е. кто ежедневно решает задачи по привлечению и взаимодействию с клиентами, продаже туристических услуг.

Далее определяются задачи тренинга:

развить навыки, позволяющие продуктивно с учетом психологических аспектов выстраивать отношения с клиентами;

сформировать клиент-ориентированную установку общения;

освоить техники влияния на клиентов, а также эффективные стратегии поведения в процессе осуществления продажи туров;

формирование навыков, позволяющих более точно выявлять потребности клиентов;

отрабатывать техники уверенного поведения с конфликтными клиентами.

Формируется программа тренинга, включающая следующие составляющие:

Эффективный менеджер, каким он должен быть?

Самодиагностика стиля продаж.

Клиенты, типы клиентов.

Роли, которые менеджер занимает по отношению к клиенту.

Что мы даем клиенту, аргументация в пользу компании и продаваемой услуги.

Уверенное коммуникативное поведение.

Особенности установления контакта с клиентом: выражение лица, мимика и жесты, внешний вид, речь, слова и интонации.

Распознавание эмоциональных состояний клиентов и способы работы с клиентом в разных эмоциональных состояниях.

Подстройка к клиенту. Виды и способы подстроек.

Потребности клиента.

Соотнесение потребностей клиента с услугой.

Выявление потребности клиента.

Вопросы: открытые, закрытые, альтернативные.

Работа с информацией.

Коммуникативные барьеры

Способы преодоления барьеров, методы активного слушания.

Вредные слова и фразы помощницы.

Работа с конфликтным клиентом, стратегии взаимодействия.

Эмоциональная саморегуляция.

Результатом тренинга выступает применение навыков, полученных на тренинге: менеджеры по продаже туристических услуг смогут:

повысить свою коммуникативную компетентность;

наиболее эффективно выстраивать взаимоотношения с клиентами;

распознавать к какому психологическому типу принадлежит клиент, и выстраивать отношения в соответствии с этим типом;

выстраивать позитивные эмоциональные взаимоотношения с клиентом;

более качественно работать с клиентом, собирая информацию и выявляя его потребности;

более конструктивно решать конфликтные ситуации с клиентами;

за счет грамотного обслуживания клиентов усилить позитивный имидж компании в их глазах.

В процессе тренинга целесообразно использовать следующие методы: интерактивные игры, групповые обсуждения, дискуссии, ролевые игры, творческие задания, командная работа [6].

Итак, применение тренингов позволит овладеть эффективными методами делового взаимодействия, с учетом психологических аспектов общения. Отметим, что применение тренингов по развитию коммуникативной компетенции является одним из методов выстраивания продуктивного взаимодействия с клиентами туристских фирм.

Нами было проведено изучение проблем психологических проблем взаимодействия

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВЫСТРАИВАНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ С КЛИЕНТАМИ В ТУРИСТСКОМ БИЗНЕСЕ

сотрудников туристских фирм г. Барнаула с клиентами. В результате проведенного анкетирования, анализа практики организации работы с сотрудниками турфирм по формированию компетентного общения с клиентами, мы пришли к выводу, что эффективность общения с клиентами повышается при грамотном использовании психологических знаний о клиентах. При выстраивании взаимоотношений с клиентами туристские фирмы не всегда используют коммуникативные знания. Практически не проводятся совместные мероприятия с клиентами, не проводится анализ удовлетворенности клиентов поездкой. Все это указывает на необходимость разработки мероприятий по улучшению компетентного психологического общения с клиентами в туристском бизнесе.

В качестве психологических аспектов повышения эффективного коммуникативного взаимодействия на наш взгляд целесообразно использовать следующие рекомендации:

- ясность и четкость целей выстраивания процесса формирования коммуникативной компетентности у сотрудников при общении с клиентами;

- четкое планирование самого процесса профессиональной деятельности сотрудников туристских фирм в общении с клиентами;

- анализ и сопоставление промежуточных результатов достижения уровня коммуникативной компетентности сотрудников туристских фирм, как следствие повышение качества общения с клиентами.

В этой связи процесс формирования коммуникативной компетентности, как показывают исследования, нуждается в психологических аспектах выстраивания взаимодействия с клиентами.

К аспектам психологического общения с клиентами в туристском бизнесе на наш взгляд относятся:

- выявление интересов, способностей сотрудников туристских фирм в области профессионального общения – это проведение тестирования сотрудников, тренингов;

- включение сотрудника в полноценную учебную, самостоятельную деятельность по проблемам коммуникативной компетентности в области общения с клиентами на всех этапах его профессиональной деятельности;

- выявление личностных затруднений общения менеджера туристской фирмы с клиентами (объективных – субъективных, ситуативных – устойчивых, первичных – вторичных, когнитивных – мотивационных);

- диагностика причин непродуктивного общения сотрудника туристской фирмы с клиен-

- тами и разработка мер психологической коррекции, затруднений в выстраивании взаимодействия с клиентами;

- разработка тренинговых программ и т.д.

Конкретными направлениями в содержании работы по психологическому обеспечению процесса формирования коммуникативной компетентности могут служить:

- комплексное изучение и оценка профессионально-личностных качеств менеджеров турфирм с учетом психологических аспектов общения;

- психолого-педагогическая коррекция профессионального общения сотрудников с клиентами;

- поддержание психологической готовности сотрудников к эффективному профессиональному общению с различными категориями клиентов;

- психологическая диагностика уровня коммуникативной компетентности и готовности сотрудника к профессиональному общению, направленного на удовлетворения потребностей клиентов туристских фирм;

- осуществление мероприятий по психологической коррекции психической напряженности, эмоционально-волевой возбудимости и других неблагоприятных психических состояний, выраженных в деструктивных поведенческих реакциях, возникающих в результате напряженной профессиональной деятельности;

- консультирование сотрудников по психологическим аспектам формирования у них необходимых и достаточных навыков и умений в области коммуникативной компетентности;

- оказание психологической помощи в разработке стратегии и тактики ведения переговоров с клиентами, в том числе и в конфликтных ситуациях.

Для диагностики коммуникативной компетентности могут использоваться различные способы: психологические тесты; практическое выполнение коммуникативных действий и решение ситуаций общения в диагностическом режиме; самонаблюдение, самоанализ, самооценка; групповая оценка коммуникативных качеств, умений и навыков личности.

На наш взгляд проведение мероприятий по формированию коммуникативной компетентности необходимо проводить в форме тренингов с опорой на активные методы группового обучения.

Активные групповые методы можно условно объединить в три основных блока:

- дискуссионные методы;

- игровые методы;

- сенситивный тренинг (тренировка межличностной чувствительности и восприятие

себя как психофизического единства) [2, С. 108].

Дискуссионные методы.

Работа в группе с использованием метода дискуссии повышает мотивацию участников группы на решения проблем группы. Дискуссия даёт эмоциональный толчок к последующей поисковой активности участников, что в свою очередь реализуется в их конкретных действиях. Благодаря психологизму дискуссии, а иногда и полемики возникающей на общих собраниях, совещаниях, занятиях в рамках служебной подготовки личность отходит от черт эгоцентрического мышления.

В качестве объекта дискуссионного обсуждения могут выступать не только специально сформулированная проблема, но и случаи из профессиональной практики и межличностные отношения самих участников. В результате групповой дискуссии происходит формирование у каждого участника своей точки зрения, а также развивает коммуникативные качества и умения.

Игровые методы.

Игровые методы делятся на операционные и ролевые. Операционные игры имеют сценарий, в который заложен более или менее жесткий алгоритм «правильности» и «неправильности» принимаемого решения, т.е. участники группы видят то воздействие, которое оказали его решения на будущие события. Операционные игры применяются как средство обучения специалистов и формирование их личностных и деловых качеств, в частности профессиональной компетентности.

Ролевые игры. Именно этот вид игр лёг в основу метода, разработанного профессором М. Форвергом и названного им тренингом.

В условиях ролевой игры участник тренинга сталкивается с ситуацией, характерной для его реальной деятельности и это ставит участника перед необходимостью изменить свои установки. В результате создаются условия для формирования новых, более эффективных, коммуникативных навыков. На первый план выдвигаются активные действия как основные детерминанты успешности социально-психологического тренинга. Психическая активность в игровых методах достигается в результате взаимодействия и соизменения всех сторон интра и интерпсихических проявлений индивидов.

Сензитивный тренинг.

Особенностью этого метода является стремление к максимальной самостоятельности участников. Основным средством стимуляции группового взаимодействия здесь выступает феномен отсутствия структуры. Труд-

ность описания тренинга состоит в том, что метод основан на актуализации чувств и эмоций, а не интеллекта.

Группа тренинга сензитивности не имеет очевидной цели. В ходе сензитивного тренинга участники включаются в совершенно для них новую сферу социального опыта, благодаря которой они узнают, как они воспринимаются другими членами группы, и получают возможность сравнивать эти перцепции с самовосприятием [2, С. 115].

Выше мы уже отмечали, что одним из методов формирования коммуникативной компетенции менеджеров туристских фирм, уровня выстраивания взаимоотношений с клиентами является тренинг.

Ниже представим пример программы тренинга «Коммуникативная компетентность в взаимоотношениях с клиентами (психологические аспекты общения в туристском бизнесе)».

1. Целевая аудитория – менеджеры по продажам.

2. Цель: повышение эффективности взаимодействия в туристском бизнесе; повышение результативности продаж за счет формирования коммуникативной компетентности.

3. Задачи:

1. Получить информацию по выстраиванию общения с клиентами;

2. Освоить техники управления типовыми ситуациями при продажах туристских услуг;

3. Получить информацию по выстраиванию позитивных отношений с клиентами, на основе психологических аспектов общения.

3. Результаты тренинга: формирование коммуникативной компетенции, психологических аспектов общения.

4. Структура программы тренинга:

1 часть: психологическая подготовка: позитивная установка;

2 часть: технологическая подготовка: теория и практика технологии продаж, отработка техник эффективных продаж в ролевых играх;

3 часть: информационная подготовка: специальный семинар: выстраивание взаимоотношений с клиентами;

4 часть: оценка эффективности тренинга.

Методы работы: интерактивные упражнения, ролевые игры, мини-лекции, индивидуальные упражнения, оценочные тесты.

Дополнительные средства обучения: видеоматериалы, печатная продукция (буклеты, каталоги, карты, схемы).

Количество участников в группе: 3–9 человек.

Таким образом, структура основана на трёх способах подготовки менеджера к про-

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВЫСТРАИВАНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ С КЛИЕНТАМИ В ТУРИСТСКОМ БИЗНЕСЕ

цессу продажи: психологической, базовой, информационной.

Часть первая: психологическая подготовка.

Своеобразное вступление, состоящее из мини-лекции (ознакомление участников с темой дня), продолжительностью 15 минут и разминки. Разминка состоит из трех-четырёх упражнений активного характера и содержит упражнения, настраивающие участников на тему занятия, которая станет содержательным стержнем в основной части.

Фундаментом психологической подготовки в предлагаемом варианте программы служит «психоэнергетическое айкидо» известного психотерапевта В. Синельникова. Это искусство эффективного взаимодействия с окружающим миром. Эта часть программы направлена на формирование новой модели сознания – модель «Хозяина (Волшебника)» [7].

Результатом психологической подготовки является достижение конгруэнтности. Она достигается благодаря осознанию сотрудником своей ответственности и самоорганизации. Зоны ответственности в этой части распределены по дням, в зависимости от того, какой этап продаж отрабатывается во второй части программы. В процессе всего тренинга формируется убеждение сотрудника в важности брать ту или иную ситуацию под свой контроль и свою ответственность.

Целесообразность включения в психологическую подготовку изучения психодиагностических особенностей клиента и его типологии объясняется важностью воздействия на клиента через рекламу и другие невербальные средства общения, а также умения управлять ситуацией в ходе всего процесса продажи турпродукта.

Вторая часть программы: технологическая подготовка.

Большая часть времени этой части программы – до 70 % посвящена практической отработке определенных умений и навыков. Этапы продаж распределены по дням. В один день участник проходит только один этап. Получает информацию и обучается действовать в соответствии с этой информацией.

В процессе ролевых игр каждый участник наблюдает и усваивает эффективные модели поведения, проживанием типичных ситуаций, возникающих при продажах туристских услуг. Осознание участниками своих сильных и слабых сторон происходит в процессе обратной связи, в результате которой они узнают о том, как их воспринимают другие люди, об их чув-

ствах, а также способах воздействия на других людей.

Результатом некоего фрагмента тренинга является «осознание участниками картины того, какие коммуникативные техники, приемы продавца с клиентом продвигают его к цели – принятию решения клиентом о совершении покупки, а какие отдалают его от этой цели. Выявление нежелательных действий того, кто играет роль «менеджера», определяется по поведенческим признакам роли «покупателя», на какой стадии принятия решения он находится.

Алгоритм группового взаимодействия строится в следующей последовательности.

Организуется просмотр двух вариантов ситуации продажи на видео: вариант нежелательного поведения менеджера в той или иной ситуации продажи, после – его обсуждение, выявление ошибок, а затем вариант с правильным поведением сотрудника.

Организуются ролевые игры, в которых в процессе применения техник продаж проявляются особенности каждого участника. Дается задание наблюдателям и проводится рефлексивная дискуссия.

Происходит выявление особенностей, т.е. какие приемы, техники могут использовать участники.

Использование в игре различных приемов. Выявление каких-либо изменений при их использовании.

Третья часть: информационная подготовка.

В этой части программы до 70 % времени основу обучения составляет лекционный курс – семинар, посвященный детальному изучению отдельных тем курса, распределенных также по дням. Специфика туристских услуг требует наличия следующей информации по конкретному направлению, умения общаться с клиентами:

1. Особенности отдыха на данном направлении.

2. Виды туризма, привлекательные для клиентов компании.

3. Коммуникативное взаимодействие с клиентами, направленное на повышения продаж.

В информационном блоке основной акцент направлен на привлекательность отдыха по тому или иному направлению и на организацию рекламных мероприятий. Основным результатом данного этапа обучения является выработка умения или осознание того, как правильно и эффективно доводить информацию о привлекательности туризма по конкретному направлению до клиентов туристской

фирмы через рекламные средства. То есть семинар делится на лекционную часть и самостоятельную работу участников по пройденному материалу.

Четвёртая часть: оценка эффективности программы.

Заключительная часть продолжается 20 минут и направлена на выявление недочётов в ходе тренинга, а также пожеланий участников.

Чтобы увидеть объективную картину сильных и слабых сторон тренинга, по окончании каждого тренингового дня проводится групповое обсуждение и анкетирование.

На итоговом занятии – в шестой день проводится оценка эффективности тренинга. Определяется уровень достижения поставленных целей, контроль качества проведения тренинга.

Таким образом, предложенная программа тренинга направлена на конкретную целевую аудиторию – менеджеров продаж туристских услуг. Программа содержит цель, задачи, результаты, которые достигаются в процессе интерактивных упражнений, мини-лекций и семинара. Структура программы состоит из четырёх частей: вступления – психологической подготовки, основных частей: технологической и информационной подготовки и заключительной оценочной части. Все части взаимосвязаны между собой тематической направленностью информации.

Для быстрого и лёгкого достижения участниками целей обучения вся информация структурирована. Различные тренинговые процедуры, интерактивные упражнения, тактики, методы оценки чередуются с лекциями. Их продолжительность зависит от количества участников и их опыта. Программа семинар-тренинга рассчитана на количество участников – от трёх до девяти человек.

При разработке программы тренинга необходимо учитывать пожелания и мнения сотрудников и клиентов туристских фирм. Программа предполагает наличие в ней лекционных семинаров с информацией, учитывающей

особенности продаж одного конкретного направления. Все ситуации процесса продажи, отрабатываются с помощью ролевых игр.

Из проведённого анализа можно сделать вывод, что для увеличения уровня продаж, улучшению эффективности деятельности туристских фирм большое значение имеет формирование психологических умений взаимодействия в туристском бизнесе. С этой целью нами были предложены рекомендации по проведению мероприятий, касающихся проблемы нашего исследования.

Эффективность тренинга закладывается с разработкой его программы, которая предусматривает все нюансы процесса подготовки менеджера к взаимодействию с клиентами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Биркенбиль В. Коммуникационный тренинг. Наука общения для всех. – М.: ФАИР-Пресс, 2002. – 352 с.
2. Емельянов Ю.Н. Активное социально-психологическое обучение. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1985. – 168 с.
3. Проблемы коммуникативной и познавательной деятельности личности: межвузовский сб. /под ред. А.В. Петровского. – Ульяновск, 1981 – 184 с.
4. Прямые активные продажи – РБК Семинары и тренинги. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://seminar.rbc.ru/catalog>.
5. Сидоренко Е.В. Тренинг коммуникативной компетентности в деловом взаимодействии. – СПб.: Речь, 2008. – 208 с.
6. Социально-психологический тренинг. Сб. научных трудов / отв. ред. Е.В. Руденский. – Новосибирск, 1995 – 54 с.
7. Холичева А.М. Разновозрастное взаимодействие: понятие и особенности. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.superinf.ru>

Биттер Наталья Викторовна – кандидат педагогических наук, доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова, г. Барнаул, Россия