

женных в залах ожидания. Опрошенные хотят, чтобы технологический процесс осуществлялся быстро, но в то же время качественно и безопасно.

В ходе исследования выявлены следующие проблемы в деятельности службы организации пассажирских перевозок АО «Хабаровский аэропорт»:

- недостаточная технологическая оснащенность пунктов досмотра;
- низкая скорость регистрации пассажиров и их багажа;
- значительная текучесть кадров;
- достаточно низкий уровень заработной платы работников.

Для решения данных проблем предложены следующие рекомендации:

- использование машин автоматической регистрации для пассажиров, следующих с большим объемом багажа или без него;
- внедрение системы регистрации и контроля отправки пассажиров IS-DCS, благодаря которой возможна регистрация пассажира и оформление багажа на любой стойке или в киоске самообслуживания;
- разработка мероприятий по повышению мотивации сотрудников, таких как тренинги по карьерному росту или стрессоустойчивости, предложение достойного социального пакета.

Реализация предложенных рекомендаций позволит увеличить интенсивность службы организации пассажирских перевозок и сократить время, приходящееся на обслуживание одного пассажира. Подобные изменения приведут к повышению эффективности обслуживания пассажиров и увеличению пропускной способности аэропорта.

-
1. Бажов Л.Б. Воздушные перевозки: учеб. пособие. – Ульяновск: УВАУ ГА, 2015. – 86 с.
 2. Вороницына Г.С. Технология перевозок на воздушном транспорте: учеб. пособие. – Москва: МГТУ ГА, 2015. – 88 с.
 3. Галямова Т.В. «Организация перевозок на воздушном транспорте»: тексты лекций. – Санкт-Петербург: СПбГУ ГА, 2018 – 103 с.
 4. Кропивенцева С.А. Организация и обслуживание пассажирских и грузовых авиаперевозок: учеб. пособие. – Самара: Изд-во СГАУ, 2015. – 72 с.
 5. Международный аэропорт Хабаровск имени Г.И. Невельского: [Электронный ресурс] – URL: <http://khv.aero/>

Рубрика: Экономика

УДК 658.3

ОЦЕНКА КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ СОТРУДНИКОВ ОАО «ПРИМОРСКОЕ АГЕНТСТВО АВИАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ» (БИЛЕТУР)

Е.А. Щеглова

бакалавр

И.А. Шеронова

д-р техн. наук, профессор кафедры дизайна и технологий

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

В статье рассматривается понятие коммуникативной компетентности, как одной из составляющих сферы сервиса. Представлена характеристика этапов обслуживания в агентстве воздушных сообщений. На основе анализа существующих этапов обслуживания составлен перечень критериев коммуникативной компетенции для работников агентства воздушных сообщений.

Ключевые слова: коммуникативная компетентность, коммуникация, обслуживание, сервис.

ANALYSIS OF THE SERVICE ACTIVITIES OF MAJOR AIRLINES IN PASSENGER TRANSPORTATION

The article discusses the concept of communicative competence as one of the components of the service sector. The characteristics of the stages of service in the air service agency are presented. Based on an analysis of the existing stages of service, a list of criteria for communicative competence for an employee of an air service agency was compiled.

Keywords: *communicative competence, communication, service.*

В настоящее время воздушный транспорт приобретает все большее значение в единой транспортной системе. На борту самолетов, в аэропортах и агентствах воздушных сообщений пассажирам предлагаются разнообразные услуги, которые делают перелет более комфортным и приятным. Особенностью сервисной деятельности является коммуникативное общение с потребителями (клиентами). Во время развития информационных технологий коммуникативный процесс имеет все большее значения для эффективной деятельности во всех сферах взаимодействия между людьми, так как благодаря коммуникации осуществляется сбор, анализ и систематизация информации как внутри предприятия, так и за его пределами, обеспечивается необходимый уровень взаимодействия.

Следует отметить, что данная тема является достаточно исследованной, однако требует детальной проработки с учетом характерных особенностей деятельности предприятия.

Актуальность темы обуславливается тем, что к основному фактору сервисного обслуживания вне зависимости от деятельности предприятия относится качество обслуживания потребителей, которое может быть наиболее эффективным при помощи коммуникативного взаимодействия.

Научная новизна исследования состоит в разработке критериев коммуникативной компетенции для работников агентства воздушных сообщений.

Цель исследования заключается в изучении коммуникативной компетентности персонала агентств воздушных сообщений.

В соответствии с поставленной целью необходимо решить следующие задачи:

- изучить понятие «Коммуникация»;
- рассмотреть этапы обслуживания в агентстве воздушных сообщений;
- выявить критерии коммуникативной компетенции для работника агентства воздушных сообщений
- дать оценку коммуникативной компетентности сотрудников.

Объектом исследования является коммуникативная компетентность.

Предметом исследования выступает коммуникативная компетентность сотрудников агентства воздушных сообщений.

В ходе написания работы был использован ряд теоретических и практических методов, таких как: анализ специальной литературы, наблюдение, опрос в форме анкетирования.

Результаты исследования

Термин «коммуникация» берет свое начало от греческого «κοινωνία» и латинского «communico», что переводится как участие в каком-либо совместном деле.

На первоначальном этапе теоретического исследования были проанализированы различные подходы к определению термина «Коммуникация». При этом были выявлено, что некоторые авторы, например М.Ю. Коваленко, рассматривают коммуникацию как процесс обмена данными между участниками взаимодействия, при котором сообщение или сигнал в виде обобщенных определенным образом знаков или символов передается целенаправленно, принимается согласно принятым правилам, независимо от того, приводит ли это к необходимому итоговому результату [1].

Другие авторы (Г.М. Андреева, Ю.В. Таратухина) обозначает коммуникацию не как процесс передачи данных в одном направлении, а как обмен сообщениями между участниками такого процесса [2]. Причем Ю.В. Таратухина дополнительно подчеркивает, что при этом передается не только интеллектуальное содержание, но и эмоциональное [3].

Базовым определением в исследовании выбрано следующее определение: коммуникация – это процесс социального взаимодействия между людьми.

Коммуникативная компетентность представляет собой владение коммуникативными навыками и умениями, создание адекватных умений в новых социальных структурах, знание культурных норм и ограничений в общении, знание обычаев, традиций, этикета при общении, соблюдение приличий, воспитанность, ориентация в коммуникативных средствах, присущих национальному, сословному менталитету и выражающихся в рамках определенной профессии.

Обслуживание пассажиров в агентстве воздушных сообщений – одна из услуг, предоставляемых потребителям воздушного транспорта [4]. Коммуникативное взаимодействие работников с клиентом в агентстве воздушных сообщений по бронированию и оформлению авиаперевозок проводится в несколько этапов, которые представлены в табл.1.

Таблица 1

Характеристика этапов обслуживания в агентстве воздушных сообщений

Этап	Функции агента	Требование
Встреча в офисе продаж	Приветствие и приглашение пройти и присесть в зоне ожидания, если агент занят другим клиентом (функция старшего агента)	- Доброжелательность - Ориентация в пространстве
Установление контакта	Установление ненавязчивого визуального контакта. При этом не допускается смотреть мимо клиента или игнорировать его.	- Спокойствие
Выявление потребностей	Агент: – уточняет цель визита клиента, его проблемы и нужды; - соблюдает логический порядок задаваемых вопросов от общих к частным (переключение от простых к более сложным вопросам); - предлагает сопутствующие услуги; - объясняет, почему запрашиваемая информация важна и на что она влияет;	- Сопереживание и отзывчивость - Эмоциональность - Эмпатия
Консультирование (презентация возможных вариантов)	- Поиск в глобальных системах бронирования возможные и подходящие варианты предоставления услуги; - Расчет времени стыковок маршрута (при необходимости); - Расчет стоимости билетов. При этом агенту необходимо: - говорить на доступной для клиента языке (не использовать проф. термины); - выдавать информацию понемногу (порциями), разделяя ее по смыслу); - сопровождать словесную информацию раздаточным материалом, памяткой; - вести «лист обратной связи»	- Убедительность - Сдержанность - Уверенность; - Инициативность; - Планирование
Работа с возражениями (если имеются):	Агенту необходимо сделать следующее: - внимательно выслушать возражения клиента; - конкретизировать услышанные возражения клиента; - выдвинуть контраргумент(ы) на возражения клиента	- Ориентация на взаимодействие; - Стрессоустойчивость; - Терпение
Проведение операции (выполнение заказа)	- Оформление заказа, где необходимо попросить паспорт клиента (можно ксерокопию), номера телефонов и адрес электронной почты - Для отчетности снятие копии с паспорта; - Непосредственное бронирование и выписка авиабилетов Так же необходимо: - предупредить клиента об обработке его запроса и количестве времени, затрачиваемое на данную процедуру; - удалиться с рабочего места для уточнения информации (при необходимости); - в конце оформления документов уточнить остались ли вопросы	- Уверенность; - Убедительность

Этап	Функции агента	Требование
Завершение контакта. (выявление степени удовлетворенности клиента обслуживанием)	Агент: - благодарит клиента за ожидание, если оно имелось, и прощается с клиентом; - оставляется обратную связь клиенту (например, визитка)	Установка «обратной связи»

Можно дополнительно выделить еще один этап обслуживания клиента, который не относится к обязательным этапам – послепродажное обслуживание. Данный этап связан, прежде всего, с решением возникающих у пассажира проблем с авиабилетом или паспортом. Проблемы клиентов могут быть различны, например изменение паспортных данных, потеря авиабилета, просьба о выдаче справки о перелете, отмена поездки по личным причинам.

Возможны случаи, когда агент по бронированию воздушной перевозки сам связывается с клиентом, что происходит, в основном, при изменении авиакомпанией условий перевозки. Например, авиакомпания отменяет рейс или меняет время вылета/прилета рейса либо переносит дату вылета рейса, вследствие чего у пассажира нарушаются стыковки рейсов.

Эффективность коммуникативного процесса во многом зависят от коммуникативных компетенций сотрудников. Коммуникативные компетенции – способность устанавливать и поддерживать необходимые контакты с людьми, и в ее состав, как правило, включают совокупность коммуникативных умений и навыков, обеспечивающих эффективность общения. Так как деятельность сотрудников агентства воздушных сообщений относится к направлению «человек – человек», то этот вид компетенций играет существенную роль в его сервисной деятельности.

Для агентов воздушных сообщений выделяют важность коммуникативных умений, как составной части коммуникативной компетентности [5]. Структура коммуникативных умений при работе с клиентом представлена в таблице 2 и включает следующие элементы.

Таблица 2

Структура коммуникативных умений

Элемент	Характеристика
Диалого-речевые умения	- грамотная речь; - тактичность в беседе; - грамотно-построенный диалог
Аудиально-контактные умения	- поддержание визуального контакта; - активное слушание
Аналитико-управленческие умения	- установка доверительного контакта; - подбор маршрутов исходя их пожелания клиента; - урегулирование конфликтных ситуаций
Оценочно-рефлексивные умения	- установка «обратной связи»; - оценка ответных реакций; - контроль эффективности общения

В разных отраслях сферы обслуживания исследователи выделяют свой, уникальный состав необходимых компонентов коммуникативной компетентности специалистов. У сотрудников агентства воздушных сообщений он также имеется. Исходя из этого, можно утверждать, что коммуникационные компетенции являются важной группой, так как клиенты зачастую обращают внимание не только на профессиональные навыки агента, но и их коммуникативную сторону. В ходе исследования были выделены критерии коммуникативной компетенции для работника агентства воздушных сообщений и определены возможные методы их исследования, представленные в соответствии с табл. 3.

**Критерии коммуникативной компетенции для работников
агентства воздушных сообщений**

Перечень критериев коммуникативной компетентности	Коммуникативные характеристики	Требования к уровню критерия	Метод исследования
Грамотная устная и письменная речь	- Планирование - Ориентация в понимании проблемы	Знание лексико-грамматических и фонетических норм языка, владение творческой	Наблюдение Анкетирование
Перечень критериев коммуникативной компетентности	Коммуникативные характеристики	Требования к уровню критерия репрезентацией речи, умение грамотно строить письменные и устные тексты в соответствии с заданной целью и т.д	Метод исследования
Умение логически излагать точку зрения, выбор стиля общения, умения устанавливать контакты, умение слушать и слышать и др.	- Уверенность - Инициативность - Эмпатия - Сопереживание - Отзывчивость	Умение улавливать эмоциональное состояние и чувства собеседника, использовать разнообразные стили общения, создавать эмоционально благоприятный фон и др.	Интервьюирование Опрос
Умение преодолевать негативные эмоции в стрессовых ситуациях	- Стрессоустойчивость - Сдержанность - Терпение - Спокойствие	Знание общения в конфликтной ситуации, знания психологических особенностей личности, правил и принципов эффективного взаимодействия	Наблюдение Опрос Анкетирование
Действовать во взаимодействии с другими работниками	- Ориентация на взаимодействие - Уверенность	Способность использовать процесс коммуникации для реализации функциональных целей и рабочих задач	Наблюдение Эксперимент

Эмпирическая часть исследования состояла в оценке коммуникативной компетентности сотрудников ОАО «Приморское агентство авиационных компаний» Всероссийской сети «БИЛЕТУР», г. Владивосток.

Методом исследования было выбрано анкетирование, что обусловлено низкими затратами на его проведение, высокой скоростью обработки результатов и отсутствием влияния со стороны интервьюера.

Анкета предполагала ответы на несколько вопросов, направленных на выявление коммуникативной компетентности персонала при обслуживании клиентов в офисах агентства.

Анкетирование проводилось в течение 1,5 недель, количество респондентов составило 27 человек.

В анкете были представлены оцениваемые критерии коммуникативной компетентности сотрудников на различных этапах обслуживания. К каждому вопросу необходимо было выбрать подходящую оценку (1,2,3,4,5), которая, по мнению респондента, показывала уровень коммуникативной компетентности сотрудников компании. Всего в анкете приведено 16 вопросов, отвечать на которые необходимо было по порядку.

Анкетирование показало, что ни по одному из критериев оценки уровня коммуникативной компетентности сотрудников клиенты не удовлетворены полностью.

Самую низкую оценку получил пункт «Эмпатия», вследствие чего можно сделать вывод, что сотрудники компании:

- не всегда могут понять проблему клиента;
- не всегда проявляют искреннюю заботу о клиентах, особенно, когда требуется искреннее, человеческое участие в решении обращений;
- не всегда способны понимать, какие чувства испытывает клиент.