

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 XXIV международной научно-практической
конференции студентов, аспирантов и молодых ученых
21–23 апреля 2022 г.

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

Электронное научное издание

Владивосток
Издательство ВГУЭС
2022

<i>Ребенчук А.Ю., Драгилев И.Г.</i> Оценка качества образовательного турпродукта.....	998
<i>Рудковская С.А., Гомилевская Г.А.</i> Система оценки линейного персонала на предприятиях общественного питания	1004
<i>Савлук Д.А., Гомилевская Г.А.</i> Технологические и организационные инструменты гостиничных инноваций: мировая и региональная практика	1008
<i>Стригун В.В., Шеметова В.В.</i> Исследование предпочтений потребителей кофеен и баров г. Владивостока	1013
<i>Сугубина П.В., Перфильев А.В.</i> Разработка инновационных решений в области экологических трендов для гостиничных предприятий.....	1017
<i>Юрасова Д.В., Гомилевская Г.А.</i> Оценка линейного персонала предприятий общественного питания г. Владивостока методом тайного покупателя	1020

Секция. ТУРИСТКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ КОМПЛЕКС ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА КАК ПЕРСПЕКТИВНАЯ МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИИ

<i>Андреанова О.А., Королева Л.А.</i> Разработка рекомендаций по повышению удовлетворенности потребителей сервисной деятельностью ООО «Авиавладсервис»	1025
<i>Варзегова Е.А., Михина И.С.</i> Исследование рынка профориентационных экскурсий в РФ.....	1029
<i>Гончар А.И., Михина И.С.</i> Особенности продвижения туристских ресурсов в Приморском крае	1032
<i>Карнович М.О., Кононов А.Ю.</i> Ресурсы событийного туризма в Приморском крае	1037
<i>Комоза А.А., Кононов А.Ю.</i> Анализ рынка профориентационных экскурсий Приморского края	1040
<i>Макарова Ю.В., Кононов А.Ю.</i> Перспективы развития автомобильного туризма (на примере Приморского края)	1043
<i>Мачехина К.В., Кононов А.Ю.</i> Анализ ресурсов экскурсионной деятельности г. Владивосток.....	1047
<i>Огий Ю.О., Ковынева Л.В.</i> Проблемы использования аромамаркетинга в гостиничной сфере.....	1052
<i>Шадрин П.В., Петрова Г.А.</i> Исследование качества туристских ресурсов (на примере морского города Находка).....	1057
<i>Юн А.В.</i> Исследование рынка туристско-рекреационных услуг особо охраняемых природных территорий Приморского края	1063

Секция. ЭКОЛОГИЯ И БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ

<i>Горбачева К.В., Гриванов И.Ю.</i> Оценка воздействия на атмосферный воздух от деятельности ООО «Линком-Державина».....	1069
<i>Иванчук В.И., Гриванов И.Ю.</i> Оценка предельно-допустимых выбросов загрязняющих веществ в атмосферу МАУ ЦТО «Салют» АГО	1074
<i>Куйдина А.В., Тарасова Е.В.</i> Загрязнение атмосферного воздуха в результате производственной деятельности ООО «ССК «Звезда»	1078
<i>Липская Д.Д., Тарасова Е.В.</i> Оценка воздействия на атмосферный воздух выбросами от автономной котельной, работающей на керосине	1082
<i>Мороз Е.В., Гриванов И.Ю.</i> Оценка воздействия на окружающую среду на примере предприятия АО «Восточный порт».....	1087
<i>Плискунова А.В., Тарасова Е.В.</i> Оценка воздействия на атмосферный воздух выбросами от автономной котельной, работающей на угле	1094
<i>Сапега А.С., Тарасова Е.В.</i> Инвентаризация отходов производства и потребления на предприятиях морской транспортной отрасли (на примере филиала ФГУП «РОСМОРПОРТ»).....	1099

Секция. ОРГАНИЗАЦИЯ ТРАНСПОРТНЫХ ПРОЦЕССОВ

<i>Баулин С.В., Яценко А.А.</i> Оценка рисков в логистической деятельности компании ООО «Атолл-сервис»	1104
<i>Бондаренко И.Г.</i> Экспресс-сервис. Быстрое техническое обслуживание.....	1107
<i>Голланд О.С., Мальхина Н.В., Краснов В.Э.</i> Увеличение производительности грузовых автотранспортных средств на предприятии ООО «ВебКомТранс»	1110
<i>Князев Ф.А., Соломахин Ю.В.</i> Разработка мероприятий по внедрению российских сервисов для управления грузоперевозками в бизнесе.....	1114

Секция. ТУРИСТКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ КОМПЛЕКС ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА КАК ПЕРСПЕКТИВНАЯ МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИИ

УДК 366.12

РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ООО «АВИАВЛАДСЕРВИС»

О.А. Андрианова

бакалавр

Л.А. Королева

канд. техн. наук, доцент кафедры дизайна и технологий

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

В статье актуализируется удовлетворенность потребителей сервисной деятельностью предприятия ООО «Авиавладсервис». В работе исследованы понятие удовлетворенность потребителей и выделены основные критерии удовлетворенности потребителей. Проанализирована и оценена удовлетворенность потребителей сервисной деятельностью на примере ООО «Авиавладсервис» выбранными методами. Сформулированы рекомендации по совершенствованию удовлетворенности потребителей сервисной деятельностью в ООО «Авиавладсервис».

Ключевые слова: *удовлетворенность потребителей, клиенты, сервис, сервисная деятельность, обслуживание.*

DEVELOPMENT OF RECOMMENDATIONS FOR IMPROVING CUSTOMER SATISFACTION WITH SERVICE ACTIVITIES OF AVIAVLADSERVIS LLC

The article updates the satisfaction of consumers with the service activities of the company Aviavladservice LLC. The paper examines the concept of customer satisfaction and highlights the main criteria for customer satisfaction. Customer satisfaction with service activities was analyzed and evaluated by the example of Aviavladservice LLC using the selected methods. Recommendations on improving customer satisfaction with service activities in Aviavladservice LLC are formulated.

Keywords: *customer satisfaction, customers, service, service activities, service.*

Актуальность работы обусловлена важностью исследования деятельности сервисных служб, которые влияют на эффективность показателей агентства в целом. Вопросы удовлетворенности потребителей сервисной деятельностью рассмотрены в научных трудах следующих авторов: Г.А. Хаматгалеева, С.В. Полякова, Л.И. Донскова, М.В. Удальцова. Однако, до настоящего времени не выявлены проблемы сервисной деятельности агентства авиационных сообщений и не предложены рекомендации по их решению.

В условиях жесткой конкуренции предприятиям все сложнее и сложнее удержаться на рынке. Чтобы стать «лучшими» необходимо совершенствовать сервисную деятельность на предприятии, так как именно сервис становится стратегически важным компонентом в сфере услуг, чтоб знать, как совершенствовать сервис нужно изучать удовлетворенность клиентов сервисной деятельностью предприятия.

Деятельность ООО «Авиавладсервис» заключается в предоставлении различных туристических услуг, а также продаже авиа и железнодорожных билетов. Данное агентство авиационных сообщений относится к категории малых предприятий, так как численность сотрудников не превышает 10 человек. На туристическом рынке города предприятие существует уже более 10 лет, имеет постоянных клиентов и всегда открыто для новых.

Объектом исследования является деятельность сервисного предприятия.

Предмет исследования – удовлетворённость потребителей сервисной деятельностью агентства авиационных сообщений.

Цель работы – повышение удовлетворенности потребителей сервисной деятельностью ООО «Авиавладсервис».

Задачи исследования:

- установить критерии, определяющие удовлетворенность потребителей деятельностью предприятия;
- выполнить анализ методов и методик оценки сервисной деятельности предприятия и удовлетворенности потребителей сервисной деятельностью предприятия;
- провести анализ сервисной деятельности и анализ удовлетворенности потребителей сервисной деятельностью ООО «Авиавладсервис» выбранными методами;
- предложить рекомендации по повышению удовлетворенности потребителей сервисной деятельностью предприятия.

Практическая значимость работы заключается в разработке рекомендаций, способствующих повышению удовлетворенности клиентов сервисной деятельностью ООО «Авиавладсервис».

К основным методологическим подходам, используемым при выполнении работы, относят: библиографический, системный, адаптационный и структурно-функциональный.

В ходе исследования использованы следующие методики: метод опроса в форме анкетирования; метод включенного наблюдения; SWOT-анализ; PEST-анализ; метод точек соприкосновения; метод потребительского сценария.

При проведении анализа удовлетворенности клиентов деятельностью сервисного предприятия опирались на следующее определение понятия «удовлетворенность клиента»:

Удовлетворенность клиентов – это абстрактное понятие. Состояние удовлетворенности потребителя зависит не только от физических, но и от психологических состояний человека. В общем смысле удовлетворенность – это психологическое состояние человека, которое появляется после достижения им желаемых результатов и целей [1].

В ходе проведения аналитических исследований выделен ряд критериев в деятельности сервисного предприятия, которые влияют на удовлетворенность потребителей деятельностью сервисного предприятия: качество услуги (товара); приемлемая цена/скидки; соответствие услуг (товаров) ожиданиям клиента (любые индивидуально воспринимаемые качественные характеристики, которые значимы для отдельного потребителя); удобное местонахождение приобретения товара (услуги); профессионализм персонала; комфортная атмосфера внешней среды предприятия [2].

Для более глубокого изучения сильных и слабых сторон предприятия, которые могут повлиять на удовлетворенность потребителей, проведено исследование с использованием SWOT-анализа и PEST-анализа. Проведенный анализ показал, что появление сильного конкурента может спровоцировать кризис на предприятии. Для его преодоления необходимо улучшить качество обслуживания клиентов, модернизировать технологический процесс. Изменение во вкусах и предпочтениях потребителей можно преодолеть путем расширения линейки услуг. Ухудшение политических отношений с другими странами послужит причиной переориентации рынка и открытия новых сфер деятельности предприятия. Повышение уровня жизни населения может способствовать тому, что деятельность предприятия будет направлена на страны с высоким уровнем экономического развития. Неблагоприятное изменение климата в ряде стран может спровоцировать рост популярности поездок преимущественно в определенное время года. Существующие проблемы в рекламной политике предприятия можно решить с помощью грамотной маркетинговой кампании. Средний уровень сервиса может способствовать оттоку клиентов данного сервисного предприятия. Следовательно, повышение уровня сервисного обслуживания должно стать одной из основных задач деятельности ООО «Авиавладсервис».

В результате анализа деятельности сервисного предприятия с использованием PEST-анализа выявлено, что огромное влияние на деятельность предприятия оказывают политические факторы (постоянные изменения в законодательстве побуждают руководство вносить изменения в деятельность предприятия, происходит ужесточение контроля в плане налогов, что по оценке Банка России может привести к увеличению инфляции и снижению покупательской способности населения). Для большинства клиентов барьерами при организации поездок являются опасения выезда за рубеж и отсутствие финансовых накоплений. Внедрение новых технологий требует достаточного финансирования, что возможно при росте числа клиентов организации.

С целью поэтапного рассмотрения сервисной деятельности предприятия (процесс взаимодействия между персоналом фирмы и потребителями в момент производства и потребления услуги)

выбран метод «Точек соприкосновения» [3]. Именно в точках соприкосновения случаются так называемые «моменты истины», т. е. ситуации, когда подтверждаются или не подтверждаются ожидания потребителей. Известно, что «удовлетворенность потребителей» заключается в подтверждении ожидания от получаемой услуги.

В процессе сервисной деятельности ООО «АвиаВладСервис» выделено 9 точек соприкосновения. Полное описание по выделенным 9-ти точкам соприкосновения показало, что в большинстве точек должен быть задействован менеджер по работе с клиентами, а, именно, в процессах консультации по телефону и прибытия, в зоне ожидания, работе менеджера по работе с клиентами, подборе лучшего маршрута и дополнительных услуг, подписания договора и завершения процесса обслуживания. Чтобы не загружать менеджера дополнительными обязанностями и не понижать качество его работы, в штатное расписание агентства необходимо ввести должность администратора-кассира, в профессиональные обязанности которого входит: следить за чистотой в помещении, заботиться о клиентах в зоне ожидания, принимать оплату за выбранные услуги, предоставляя возможность бухгалтеру заниматься своей основной работой.

На основе результатов исследования с использованием метода «точек соприкосновения» и с учетом выделенных критериев удовлетворенности потребителей сформирована анкета для оценки удовлетворенности потребителей сервисной деятельностью предприятия. Анкетный опрос среди клиентов ООО «АвиаВладСервис» проводился с февраля по апрель 2022 года (выборка составляет 52 человека, анкета содержит 20 вопросов).

Особый интерес для оценки удовлетворенности клиентов деятельностью предприятия представляют ответы на 3 вопроса. Ответ на первый вопрос показывает самый важный «момент истины» в работе предприятия, на который нужно делать упор в своей работе для повышения удовлетворенности клиентов. И следующие два, которые получили оценку «удовлетворительно» от большинства респондентов, что означает, что, именно в этих случаях, клиент не удовлетворен сервисной деятельностью предприятия.

Вопрос анкеты № 1. Распределение «моментов истины» по степени важности для клиентов. Исходя из результатов проведенного исследования большинство респондентов (65 %) выбрали критерий «работа менеджера по работе с клиентами», вторым по значимости «подбор лучшего маршрута и указание дополнительных услуг» (11 %), на третьем месте факторы – «организация оплаты» (7 %) и «прибытие в агентство» (7 %). Таким образом, установлено, что важным фактором для клиента при осуществлении сервисной деятельности на предприятии является работа менеджера.

Моменты сервисной деятельности предприятия, которые получили оценку «удовлетворительно»:

Вопрос анкеты № 9 – «Оцените удобство парковки около агентства (от 1 до 5) (если вы были без машины, можете пропустить вопрос)». 42 % респондентов оценили на «удовлетворительно» удобство парковки около агентства, 30 % ответили «плохо», 14 – «хорошо» и 7 – «отлично» и «очень плохо». Можно сделать вывод, что существует необходимость оснащения хорошей парковки около агентства.

Вопрос анкеты № 11 – «Оцените зону ожидания (от 1 до 5)». 65 % респондентов оценили зону ожидания на «удовлетворительно», 14 % «хорошо» и «плохо», 7 % – «очень плохо» и 0 % «отлично». Из чего следует вывод, что зона ожидания в агентстве оснащена недостаточно. Следовательно, назрела необходимость переоборудования зоны ожидания в офисе.

На следующем этапе проведены исследования с использованием метода потребительского сценария. Данный метод очень органично сочетается с философией маркетинга, так как именно потребители, а не предприятие, решают, как они хотели бы быть обслужены. Достоинство данного метода заключается в том, что в процессе составления такого протокола можно выявить сильные и слабые аспекты процесса обслуживания, применяемого на предприятии. На основе такого протокола возможна разработка нового сценария обслуживания или даже идеи новой услуги. Для компании становится известно на что направить силы, чтобы клиент был полностью удовлетворен сервисной деятельностью предприятия [3].

Результаты метода «потребительского сценария». В сильных аспектах процесса обслуживания выявлено: вовлеченность сотрудников в предоставленные задачи клиентов; скорость обслуживания; подбор лучшего подхода к обслуживанию и квалифицированный персонал. В слабые аспекты процесса обслуживания отнесено: недостаточная заинтересованность предприятия в обустройстве зоны ожидания; удручающая тишина в офисе (ничего кроме звуков клавиатуры и машин за окном).

На основе проведенных исследований выявлены следующие проблемы в сервисной деятельности ООО «АвиаВладСервис», влияющие на удовлетворенность потребителей: отсутствие в штатном рас-

писании должности менеджера по работе с клиентами; зона ожидания не оснащена должным образом; отсутствует парковка для клиентов рядом со зданием предприятия; удручающая тишина в офисе.

Сформулированы рекомендации по повышению удовлетворенности клиентов деятельностью: разработка должностных обязанностей для должности «Администратор-кассир»; переоборудование зоны ожидания; оформление разрешительных документов на оборудование парковки для клиентов; оснащение зоны ожидания видео или звуковым оборудованием, создающим комфортную атмосферу в офисе ООО «Авиавладсервис».

Таким образом, предложенные в работе рекомендации способствуют повышению удовлетворенности потребителей сервисной деятельностью предприятия и позволят, во-первых, улучшить взаимоотношения между потребителями и сотрудниками предприятия, во-вторых, помогут улучшить сам сервис для повышения удовлетворенности потребителей, в-третьих, благоустроить в агентстве зону ожидания и создать комфортную атмосферу.

1. Носкова Е.В. Оценка удовлетворенности потребителей атрибутами позиционирования (на примере предприятий общественного питания) // Практический маркетинг. – 2019. – № 10 (272). – С. 21–28.

2. Буркова Т.А., Перельгина А.А., Чекулин А.А. Мониторинг степени удовлетворенности потребителей фитнес-услуг // Аллея науки. – 2017. – Т. 2, № 15. – С. 208–211.

3. Методы разработки и анализа процесса обслуживания в маркетинге услуг. – Текст: электронный. – URL: <https://www.cfin.ru/press/marketing/2001-1/novatorov.shtml>