

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОЦЕССА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ АВИАЦИОННЫХ УСЛУГ В ООО «КРАССУС» «ТУРАГЕНТСТВО SUNMAR», г. ВЛАДИВОСТОК

Е.М. Тюришев

бакалавр

Л.Ю. Фалько

канд. юрид. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

Данная статья посвящена исследованию и анализу процесса предоставления авиационных услуг на сервисном предприятии на примере турагентства Sunmar «ООО «Крассус»», г. Владивостока. В ходе исследования использован структурно-функциональный подход. Также, применены социологический и библиографический методы исследования. Установлено, что сильными сторонами процесса реализации авиационных услуг на предприятии выступает высокая автоматизация и удобный способ оплаты, а проблемным аспектом процесса предоставления данного рода услуг является недостаточный уровень профессионализма работников предприятия.

Ключевые слова: услуга, процесс оказания услуги, бизнес-процес, процессный подход, методы анализа процесса предоставления услуг на предприятии.

INVESTIGATION OF THE PROCESS OF PRE-DELIVERY OF AVIATION SERVICES IN LLC "KRASSUS", VLADIVOSTOK

This article is devoted to the study and analysis of the process of providing aviation services at a service enterprise on the example of the Sunmar travel agency "LLC "Krassus"", Vladivostok. In the course of the study, a structural and functional approach was used. Also, sociological and bibliographic research methods were applied. It is established that the strengths of the process of implementing aviation services at the enterprise are high automation and a convenient payment method, and the problematic aspect of the process of providing this type of services is the insufficient level of professionalism of the company's employees.

Keywords: the service, the process of rendering the service, business process, the process approach, methods of analyzing the process of providing services at the enterprise.

Современное общество, в силу развития научно технического прогресса привыкло удовлетворять потребности потребителя в полном объеме и в кратчайшие сроки. Человек не готов долго ждать какой-либо товар, или услугу – он хочет получить это здесь и сейчас.

С этим фактом связана высокая актуальность настоящего исследования, которая заключается в необходимости постоянной модернизации и оптимизации процесса предоставления услуги клиенту. С этой целью целесообразно использовать методы анализа и проектирования сервисных процессов.

Анализ степени разработанности поставленной проблемы в научной литературе показал, что такие авторы научных публикаций как П. Эйглие, Е. Лангеард, Ф. Котлер, Д. Боуэн, Т. Дэвенпорт, Д. Мейкенз, Л. Шостак, В.Н. Курочкин, М.В. Самсонов, А.П. Агарков, Р.С. Голов, А.М. Голиков, М.В. Виноградова, З.И. Панина, Э.В. Новаторов, В.Д. Марков и другие, ставят вопрос о важности анализа процесса предоставления услуги на предприятии. В своих трудах большинство из них рассматривает теоретические методы анализа процесса реализации услуги, а также важность и удобство практического применения данных методов анализа.

Научная новизна настоящего исследования заключается в применении методов анализа и проектирования процессов сервиса к процессом оказания авиационных услуг.

Цель настоящей работы – анализ существующего процесса предоставления авиационных услуг в ООО «Крассус».

Задачи исследования – выявить теоретические подходы к анализу и проектированию процесса предоставления авиационных услуг, исследовать существующий процесс предоставления авиацион-

ных услуг в ООО «Крассус», разработать рекомендации по совершенствованию процесса предоставления авиационных услуг в исследуемом предприятии.

Объект исследования – сервисная деятельность.

Предмет исследования – процесс предоставления авиационных услуг.

На сегодняшний день существуют достаточное количество подходов и методов проектирования процесса оказания услуг на предприятии. Но для их рассмотрения нужно изначально понимать, что представляет собой услуга, как таковая, что стоит понимать под процессом оказания услуги, и что такое бизнес-процесс.

Наиболее точное определение услуги дает Ф. Котлер. Он говорит о том, что услуга – это любая деятельность или благо, которые одна сторона может предложить другой [1].

Определение процесса оказания услуги рассматривается в трудах С.В. Емелина, который трактует его, как систему взаимосвязанных действий различных видов, представляющую преднамеренное преобразование материалов, информации или потребителей с целью удовлетворения потребностей клиента [2].

Понятие бизнес-процесса имеет множество различных толкований, но наиболее точное и емкое дает Т. Дэвенпорт, который определяет бизнес-процесс, как набор логически связанных задач, выполняемых для достижения определенного бизнес-результата [3].

Что касается научных подходов к исследованию процесса предоставления услуги, то чаще всего принято использовать процессный подход. Он представляет собой одну из концепций управления предприятием, в которой предприятие рассматривается, как совокупность процессов. Такое определение встречается в трудах А.С. Калмыковой [4].

Для данного исследования за основу был взят структурно-функциональный подход, поскольку он позволяет рассмотреть процесс оказания услуги намного шире, охватив влияние внешних и внутренних факторов. Также, в отличие от процессного, данный подход позволяет рассмотреть общий процесс как набор отдельных функций каждого его участника, что в конечном итоге дает более качественный и полный анализ [4].

Каждое сервисное предприятие может иметь некоторые особенности в процессе предоставления услуг. Так как исследуемое предприятие является турагентством, то здесь процесс предоставления авиационных услуг является частью общего процесса реализации туристического продукта. Турагентства имеют различные формы деятельности. Они могут являться многопрофильными, или специализированными что определяет ценовой диапазон и ассортимент авиационных услуг [5].

На рисунке 1 представлена общая схема бизнес-процессов турагентства, где черным цветом показан фрагмент бизнес процессов турагентства, с которым связана реализация авиационных услуг [5].

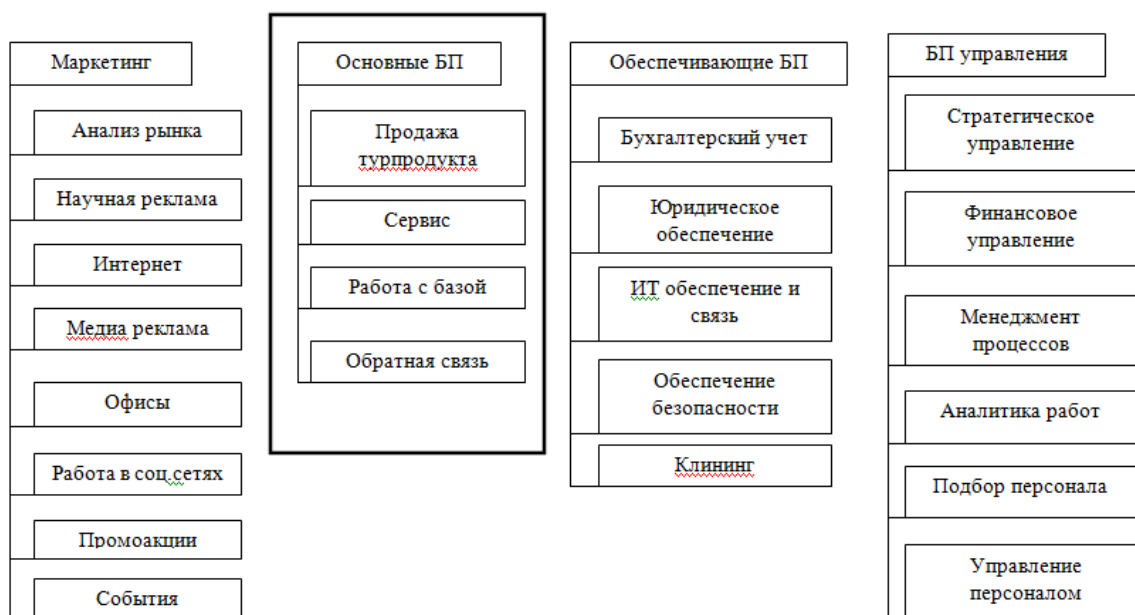


Рис. 1. Общая схема бизнес-процессов турагентства

В выделенной части бизнес-процессов проведен анализ процесса предоставления авиационных услуг в турагентстве Sunmar «ООО «Крассус»». Для этой цели рассмотрены различные методы анализа анализа и проектирования процесса предоставления услуг на предприятии сферы сервиса, и выбраны наиболее подходящие для данного предприятия.

Ими явились – метод потребительского сценария, метод контактных точек, метод диаграммного проектирования.

На первом этапе исследования проведен анализ процесса покупки комплексного продукта методом потребительского сценария, представленный на рис. 2.

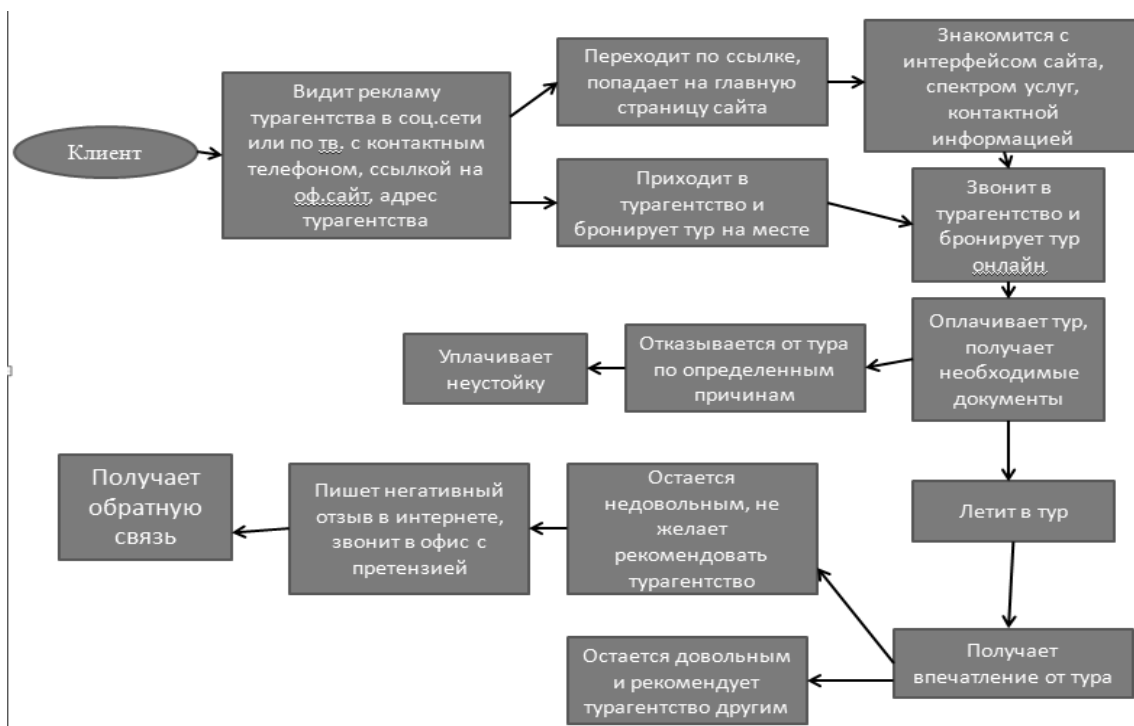


Рис. 2. Метод потребительского сценария

На данном этапе проблем в процессе предоставления авиационных услуг выявлено не было. Поэтому на втором этапе работы исследуемый процесс рассматривался с точки зрения ожиданий клиента в отношении процесса получения авиационной услуги.

Так, анализ процесса предоставления услуг в ООО «Крассус» методом точек соприкосновения показал, что ожидания клиента не всегда совпадают с действительностью, в следствие чего выявлено две проблемы – недостаточный профессиональный уровень предоставления услуги турагента, и как следствие отсутствие соответствующей системы мотивации для повышения профессиональных навыков работы сотрудника (таблица).

Таблица

Анализ процесса предоставления услуг в ООО «Крассус» методом точек соприкосновения

№	Наименование точки	Контактное лицо	Требования с точки зрения потребителя	Профессионализм контактного лица	Мероприятия по обеспечению качества
1	Реклама «Sunmar» в соц.сети	Администратор рассылки	Яркость, лаконичность, простота, запоминаемость	У компании имеется специалист в данной сфере	Не нужно
2	Реклама «Sunmar» на ТВ	Рекламное агентство	Яркость, лаконичность, простота, запоминаемость	У компании имеется специалист в данной сфере	Не нужно
3	Официальный сайт предприятия	Администратор сайта	Наполненность, яркость, простота, уникальность	У компании имеется специалист в данной сфере	Не нужно

№	Наименование точки	Контактное лицо	Требования с точки зрения потребителя	Профессионализм контактного лица	Мероприятия по обеспечению качества
4	Звонок в «Sunmar»	Турагент	Приветливость, компетентность, точность в деталях	Не все турагенты профессионально оказывают услугу клиенту	Проведение тренингов по работе с клиентами
5	Приобретение тура по телефону / в офисе компании	Турагент	Приветливость, компетентность, быстрота в оформлении тур. пакета		Освоение навыка качественного составления и подписания договора по купле-продаже тур. пакета

Далее исследуемый процесс анализировался при помощи метода диаграммного проектирования, который помог увидеть видимую и невидимую зоны процесса. Анализ показал, что общий процесс предоставления авиационных услуг на исследуемом предприятии имеет логическую цепочку необходимых операций при предоставлении услуги клиенту, в результате чего на данном этапе исследования в нем не было выявлено проблем. Анализ представлен на рис. 3.

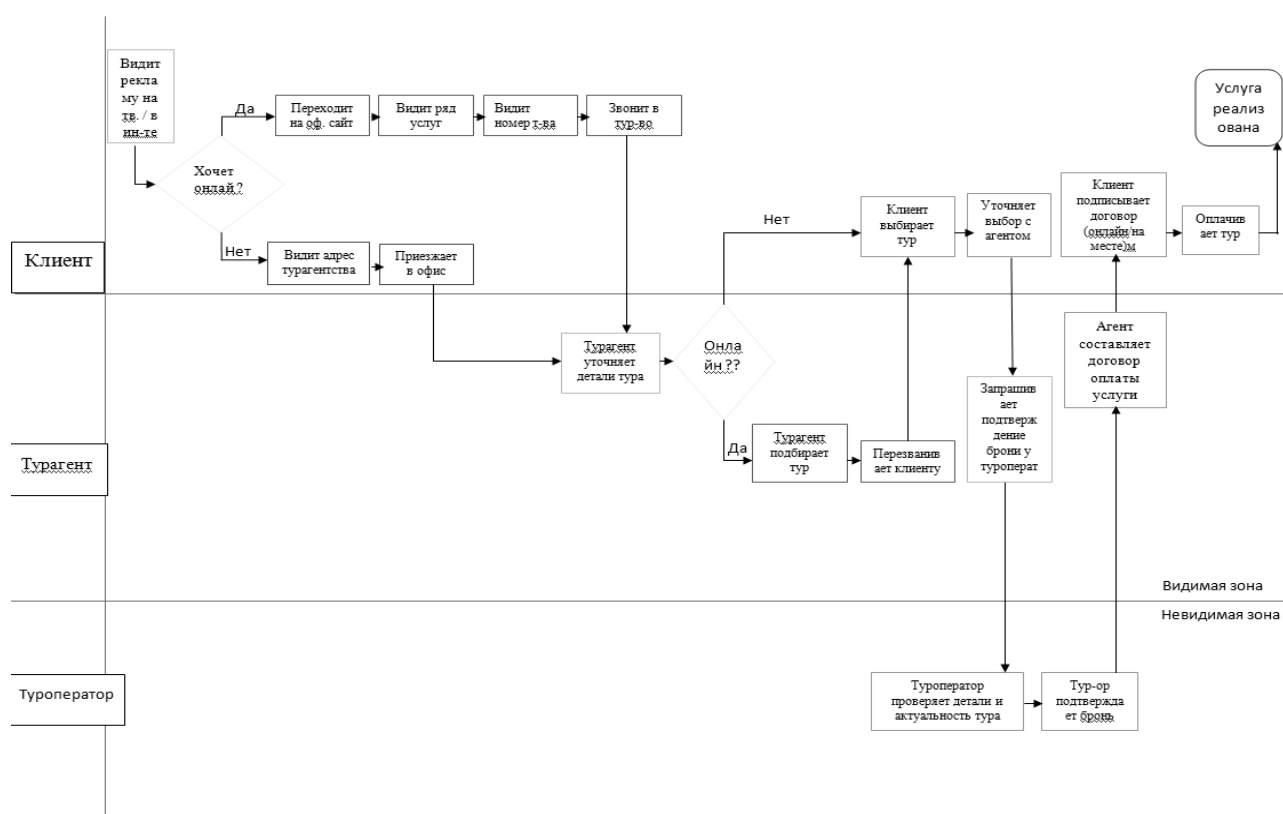


Рис. 3. Видимая (контактная) и невидимая зоны процесса

Дополнительно выполнен анализ отзывов клиентов о процессе предоставления авиационных услуг в турагентстве «Sunmar». Определяющими критериями явились такие показатели как – работа турагента, в которой учитывается общий профессиональный уровень работника, его компетентность в решении различного рода вопросов в процессе предоставления авиационных услуг клиенту, общая вовлеченность в процесс и морально-этические качества, характеризующие работу сотрудника сферы сервиса. Критерием оценки выступало также время обслуживания клиента, и удобство оплаты услуги.

Данные опроса представлены на рис. 4.

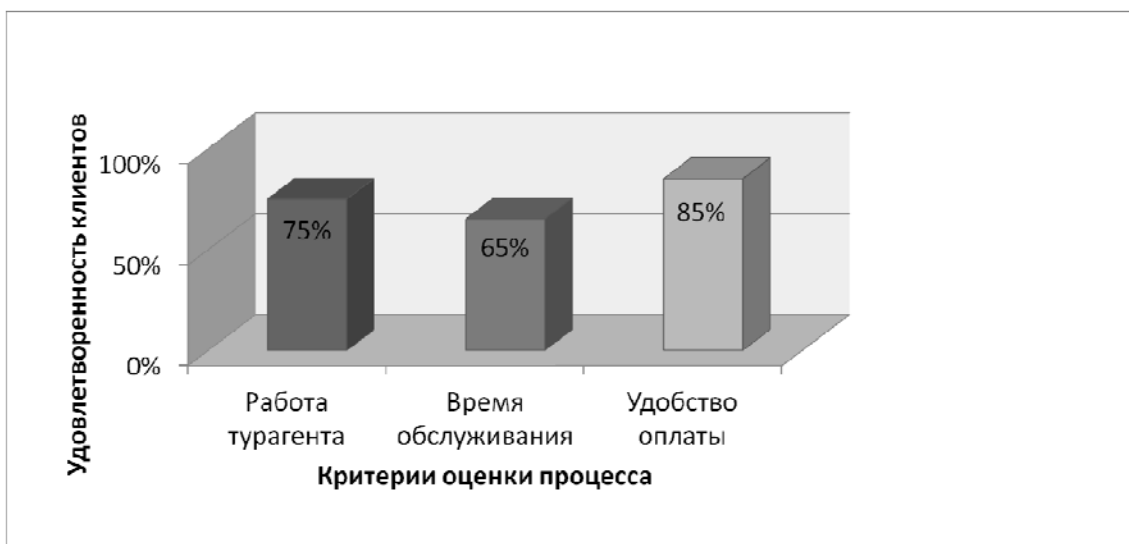


Рис. 4. Критерии оценки процесса предоставления авиационных услуг в турагентстве

На горизонтальной оси расположены критерии оценки процесса, а на вертикальной указано процентное соотношение важности критерия для клиента. Таким образом 75% потенциальных клиентов отметили важность общей работы турагента, 65% посчитали важным время обслуживания и 85% решили, что важным критерием процесса предоставления авиационной услуги является удобство ее оплаты.

В итоге, проведенный анализ показал, что 95% клиентов из 100% готовы рекомендовать данное турагентство другим людям. Полученные данные показаны на рис. 5.

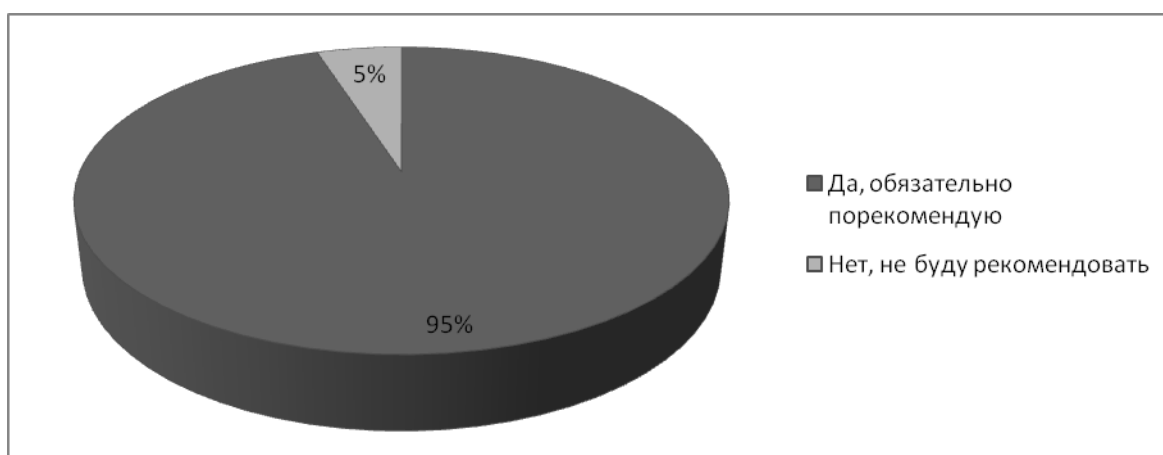


Рис. 5. Вероятность рекомендации клиентами турагентства «Sunmar» другим людям

Проведенное исследование позволило выявить проблемы в процессе предоставления авиационных услуг в ООО «Крассус», по которым были даны следующие рекомендации: необходимо совершенствовать навыки турагентов по работе с клиентами, с учетом особенности каждой категории клиентов, внедрить в систему мотивации персонала элементы материальной (премии, льготы) и нематериальной (доска почета, вручение подарков) мотивации, проводить оценку каждого этапа процесса обслуживания клиента, например с использованием метода «Тайного покупателя».

Приведенные рекомендации по улучшению процесса предоставления услуг имеют практическую ценность, так как могут быть применены в действующей туристической фирме.

1. Сервис в авиации: учебное пособие / Л.А. Королева Е.В. Королев, И.А. Слесарчук [и др.]. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2018. – 336 с.

2. Емелин С. В. Технология и организация туроператорской деятельности: учеб. пособие для среднего профессионального образования. – Москва: Юрайт, 2021. – 472 с.

3. Костромина Е.В. Авиатранспортный маркетинг: учебник. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 360 с.

4. Калмыкова А.С., Филатова А.В. Характеристика состояния рынка авиационных услуг: российский и зарубежный опыт // Современные социально-экономические процессы: проблемы, закономерности, перспективы: сборник статей II международной научно-практической конференции. – Петрозаводск, 2020. – С. 48–54.
5. Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма: учебник. – Москва: КНОРУС, 2017. – 400 с.
6. Джум Т.А., Ольшанская С.А. Организация сервисного обслуживания в туризме: учеб. пособие. – Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2019. – 368 с
7. Пархимович А.В. Некоторые аспекты рынка авиационных услуг // Научный вестник Московского государственного технического университета гражданской авиации. – 2018. – Т. 21. № 6. – С. 113–123.
8. Кабакова Ю.А. Методы анализа бизнес-процессов;. – Иркутск, 2016. – 3 с.
9. Яценко А.В. Анализ методов описания бизнес-процессов // Journal of Economy and Business. – 2019. – №12 (декабрь). – С. 167–170.
10. Бизнес-план турагентства. – Текст: электронный. – URL // <https://abcbiznes.ru/sample-business-plans/644-biznes-plan-turfirmu.html#i-9>

ФОРМИРОВАНИЕ КРИТЕРИЕВ ОЦЕНКИ СИСТЕМЫ КЛИЕНТСКОГО СЕРВИСА В АГЕНТСТВЕ ВОЗДУШНЫХ СООБЩЕНИЙ

К.Н. Юрова

бакалавр

И.А. Шеромова

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

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

Оценка качества обслуживания в агентстве воздушных сообщений сопряжена с рядом трудностей, обусловленных, в том числе, отсутствием критериев оценки системы клиентского сервиса. Научный результат исследования – сформированная структура критериев оценки системы клиентского сервиса в агентстве воздушных сообщений. Практическая значимость – применение достигнутого результата позволяет вести целенаправленную работу по повышению качества обслуживания.

Ключевые слова: *агентство воздушных сообщений, услуга, клиентский сервис, показатели качества, критерии оценки системы клиентского сервиса.*

FORMATION OF CRITERIA FOR EVALUATING THE CUSTOMER SERVICE SYSTEM IN AN AIR SERVICES AGENCY

The assessment of the quality of service in an air services agency is associated with a number of difficulties, due, among other things, to the lack of criteria for assessing the customer service system. The scientific result of the study is the formed structure of criteria for assessing the customer service system in the air services agency. Practical significance – the application of the achieved result allows to carry out purposeful work to improve the quality of service.

Keywords: *air services agency, service, customer service, quality indicators, customer service system evaluation criteria.*

Качественный клиентский сервис является основой успешного ведения бизнеса. В настоящее время высокое качество обслуживания клиентов становится не только конкурентным преимуществом организации. Оно в большой степени влияет на формирование лояльности клиентов, смещая акцент с вопроса цены на вопрос удовлетворенности обслуживанием.

Цель работы – сформировать критерии оценки системы клиентского сервиса в агентстве воздушных сообщений. Для достижения указанной цели в работе необходимо решить следующие задачи:

- выделить подсистемы клиентского сервиса;
- определить особенности каждой подсистемы применительно к агентству воздушных сообщений;
- сформировать критерии оценки системы клиентского сервиса в агентстве воздушных сообщений.

В работе использованы теоретические методы исследования, а именно анализ специальной литературы и нормативно-правовых документов.

Научная новизна работы состоит в формировании перечня критериев оценки системы клиентского сервиса применительно к агентству воздушных сообщений.

В настоящее время в научной литературе отсутствует единое и четкое определение понятия «Система клиентского сервиса», но проанализировав несколько источников, удалось выделить более развернутые определения.

Система клиентского сервиса – это последовательность действий, направленных на увеличение уровня удовлетворённости клиента, то есть формирование у клиента ощущения, что товар или услуга соответствуют его ожиданиям.[1]

Система клиентского сервиса – это совокупность стандартов, которые учитывают опыт клиента на каждом этапе его пути и создают определенные впечатления. Это комплексный ценностный подход бренда к клиенту.