

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 XXII международной научно-практической  
конференции студентов, аспирантов и молодых ученых

апреля 2020 г.

В пяти томах

Том 4

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

Владивосток  
Издательство ВГУЭС  
2020

УДК 378.4  
ББК 74.584(255)я431  
И73

**Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие**  
**И73 Дальневосточного региона России и стран АТР : материалы XXII междунар. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых (г. Владивосток, апреля 2020 г.) : в 5 т. Т. 4 / под общ. ред. д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой ; Владивостокский государственный университет экономики и сервиса. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2020. – 396 с.**

ISBN 978-5-9736-  
ISBN 978-5-9736- (Т. 4)

Включены материалы XXII международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальневосточного региона России и стран АТР», состоявшейся во Владивостокском государственном университете экономики и сервиса (г. Владивосток, апреля 2020 г.).

Том 4 представляет широкий спектр исследований молодых ученых и студентов вузов Дальнего Востока и других регионов России, ближнего и дальнего зарубежья, подготовленных в рамках работы секций конференции по следующим темам:

- Актуальные проблемы современного дизайна.
- Транспортно-рекреационный сервис как основа повышения качества жизни.
- Роль социокультурного сервиса в современном мире.
- Инновации в индустрии моды.
- Русский язык и русская культура в контексте современности.
- Foreign language as a means of political, economic and cultural cooperation in Asia-Pacific region.
- Language, culture, communication.
- Страны АТР в контексте языка и культуры
- Психология и философия – современные исследования.
- Физическая культура, спорт и здоровье концепции, инновации.
- Организация торговли, услуг туризма и гостеприимства.

УДК 378.4  
ББК 74.584(255)я431

ISBN 978-5-9736-  
ISBN 978-5-9736- (Т. 4)

© ФГБОУ ВО «Владивостокский  
государственный университет экономики  
и сервиса», оформление, 2020

В работе исследованы возможности внедрения аэротрополиса в Международном аэропорту Владивосток, и в ходе проведенного опроса большинство респондентов положительно отнеслись к данной идее. В результате исследования было выявлено, что пассажиры больше всего хотели бы видеть в таком аэропорту: симулятор кабины лайнера, смотровую площадку, салон красоты, ремонт чемоданов/обуви/одежды, проведение мероприятий и кинотеатр. Ввиду отсутствия дополнительных помещений для предоставления данных услуг на территории имеющегося аэропорта, идея постройки аэротрополиса в Международном аэропорту Владивосток становится еще более актуальной.

Таким образом, в расширении сферы сервисных услуг в аэропортах наметилась новая тенденция – группировка всех сервисных услуг и создание единого комплекса – аэротрополиса. Выяснилось, что авиапассажиры и посетители аэропорта Владивосток поддерживают идею создания аэротрополиса, в рамках которого в одном месте будут собраны все услуги: от бытовых до развлекательных.

---

1. Международный Аэропорт Владивосток [Электронный ресурс] – URL: <http://www.vvo.aero/>

2. Орлолова Т.С., Ярошевич Н.Ю. Тенденции развития инфраструктурных отраслей (на примере мировой аэропортовой отрасли) // Уральский государственный экономический университет, 2013. – с.34-43

3. ОСТ 54-1-283.01-94 Система качества перевозок и обслуживания пассажиров воздушным транспортом. Услуги, предоставляемые пассажирам в аэропортах. Основные требования, 1995.

4. Шутова Т.А. Особенности современного этапа развития отрасли аэропортовых услуг // Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык. – 2018. – №26. – С. 52-58.

**Рубрика: Аэродромы. Аэропорты**

УДК 656.71

## **АНАЛИЗ ПРОЦЕССА ОБСЛУЖИВАНИЯ АВИАПАССАЖИРОВ ПРЕМИУМ КЛАССА В АЭРОПОРТУ г. ВЛАДИВОСТОК**

**П.К. Жалнина**

бакалавр

**Л.Ю. Фалько**

канд. техн. наук, доцент кафедры дизайна и технологий

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса  
Владивосток, Россия*

*Данное исследование посвящено анализу процесса обслуживания пассажиров премиум класса. В статье рассмотрены особенности процесса обслуживания, выявляется приоритетность дополнительных услуг для пассажиров данной категории. Рассматривается удовлетворенность пассажиров категории «премиум» качеством услуг бизнес-зала и проводится исследование процесса обслуживания авиапредприятия. Предложен ряд рекомендаций по совершенствованию процесса обслуживания авиапассажиры премиум класса аэропорта г. Владивосток.*

**Ключевые слова и словосочетания:** *сервисное обслуживание, качество услуг, процесс обслуживания, пассажиры премиум класса, метод проектирования процесса сервиса, удовлетворенность пассажиров.*

## **ANALYSIS OF THE PROCESS OF SERVICING PREMIUM CLASS AIR PASSENGERS AT THE AIRPORT VLADIVOSTOK**

*This research is devoted to the analysis of the process of premium class passenger service. The article considers the features of the service process, identifies the priority of additional services for passengers of this category. We consider the satisfaction of premium passengers with the quality of business lounge ser-*

*vices and conduct a study of the airline's service process. A number of recommendations for improving the process of servicing premium class air passengers at Vladivostok airport are proposed.*

**Kew words:** *service, service quality, service process, premium class passengers, service process design method, passenger satisfaction.*

Авиационная отрасль за все время своего существования имеет самый высокий статус сервисного обслуживания пассажиров среди всех других транспортных отраслей, связанных с пассажирскими перевозками. Это особенно справедливо в отношении обслуживания пассажиров премиум класса, ведь именно обслуживание этой категории пассажиров задает высокие стандарты в сфере обслуживания. Анализ процесса предполетного обслуживания пассажиров премиум класса, на примере аэропорта г. Владивосток, позволит выявить проблемы, на которые нужно обратить внимание для обеспечения максимально комфортных условий ожидания рейса.

Объектом данного исследования является сервисная деятельность. Научная новизна связана с анализом процесса обслуживания авиапассажиров премиум класса с использованием диаграммы swim-line. Цель работы заключается в анализе процесса обслуживания авиапассажиров премиум класса в аэропорту г. Владивосток.

Для достижения цели в работе необходимо решить следующие задачи:

- выявить теоретические аспекты сервисной деятельности на авиапредприятии;
- выполнить визуализацию и анализ существующего процесса обслуживания авиапассажиров премиум класса с помощью диаграммы swim-line;
- исследовать идеальный процесс обслуживания авиапассажиров премиум класса методом потребительского сценария и методом интервью;
- сформулировать направления совершенствования процесса обслуживания авиапассажиров премиум класса в аэропорту г. Владивосток.

Для анализа процесса обслуживания авиапассажиров премиум класса осуществлен выбор методов анализа и проектирования процесса сервиса, проводится социологическое исследование, в ходе которого изучается мнение экспертов. В данном исследовании визуализация процесса обслуживания пассажиров бизнес-класса и VIP-класса «как есть» выполнена на примере диаграммы swim-line. Метод потребительского сценария и метод интервью использованы для анализа идеального процесса или процесса «как надо», по которому авиационное предприятие будет действовать.

Сервисная деятельность – это вид деятельности, направленный на удовлетворение потребностей людей путем оказания индивидуальных услуг. [1]. Удовлетворенность клиента во многом зависит от качества предоставления индивидуальных услуг. Поэтому необходимо уделять внимание управлению качеством обслуживания в сервисной деятельности.

Понятие «качество» подразумевает соответствие предоставляемых услуг ожидаемым результатам или установленным стандартам. Качество определяет совокупность характеристик услуги, которыми являются критерии качества обслуживания [2]. Критерий оценки качества полученной услуги для потребителя – это степень его удовлетворенности. Самый важный критерий степени удовлетворенности клиента – это желание вернуться еще раз и посоветовать услугу своим друзьям. Второй характеристикой качества определяется соответствующим стандартам обслуживания. С помощью стандарта соблюдаются нормы и оцениваются критерии качества обслуживания клиента персоналом. Поэтому качество услуг можно определить как совокупность характеристик сервисной деятельности, с помощью которых реализуется удовлетворенность потребителей, в данном случае пассажиров.

Для начала нужно определиться с тем, кто является пассажиром воздушного судна. В воздушном кодексе РФ сказано, что пассажиром воздушного судна является физическое лицо, заключившее договор воздушной перевозки пассажира, либо физическое лицо, в целях перевозки которого заключен договор фрахтования воздушного судна [3]. Пассажиры премиум класса – это пассажиры VIP-класса и бизнес-класса. Пассажиры VIP-класса (Very Important Person) – **очень важные пассажиры**, к которым вследствие их официального ранга или социального положения авиакомпании относятся с особым вниманием, и которые пользуются особыми привилегиями [4]. Пассажиры же бизнес-класса – это пассажиры, которым предоставляются дополнительные услуги, повышающие комфорт воздушной перевозки.

Бизнес-зал и VIP-зал имеют схожий перечень услуг, в который входят:

- зона отдыха (в каждом аэропорту она оснащена по-своему);
- бар, ресторан или шведский стол;

- туалетные комнаты, а также душевые (выдача индивидуальных банных принадлежностей определяется каждым аэропортом самостоятельно);
- беспроводной интернет WI-FI, свежая пресса и телевидение;
- игровая комната для детей;
- журнальные и газетные услуги.

Каждый аэропорт имеет ряд услуг, которые предоставляет своим клиентам, пассажирам. В условиях конкуренции каждый аэропорт определяет необходимый ассортимент услуг, поэтому его задачей является удовлетворение спроса лучше и эффективнее, чем конкуренты. Чтобы авиационное предприятие имело удовлетворенность своих потребителей необходимо иметь эффективный процесс обслуживания, по которому организация будет действовать для достижения наибольшего положительного результата.

Для более детального исследования процесса взаимодействия авиапассажиров с агентами служб авиационных перевозок целесообразно применить метод проектирования процесса сервиса – метод диаграммного проектирования swim-line. Благодаря данному методу можно визуализировать существующий процесс прохождения всех предполетных формальностей пассажира, процесс «как есть».

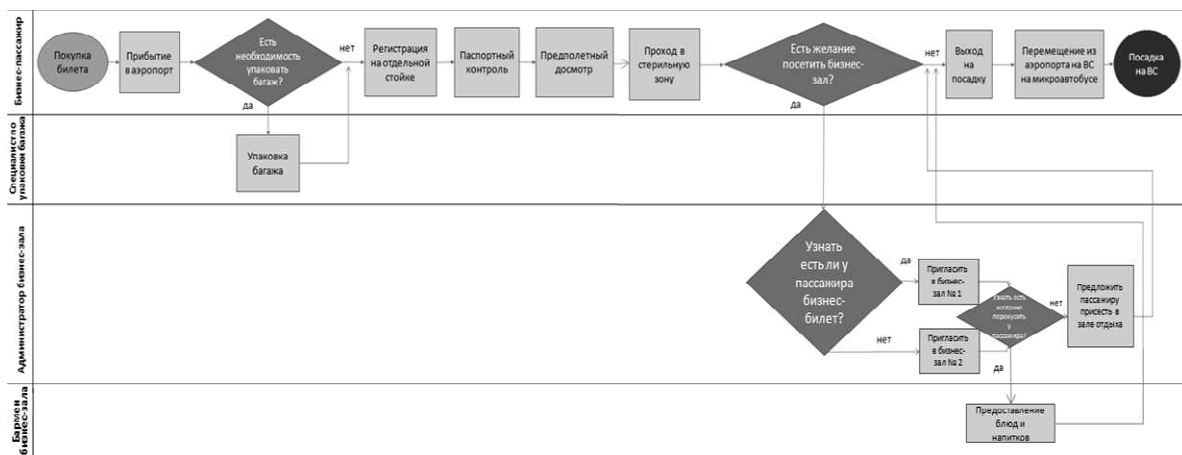


Рис. 1. Swim-line диаграмма процесса обслуживания для пассажиров бизнес-класса

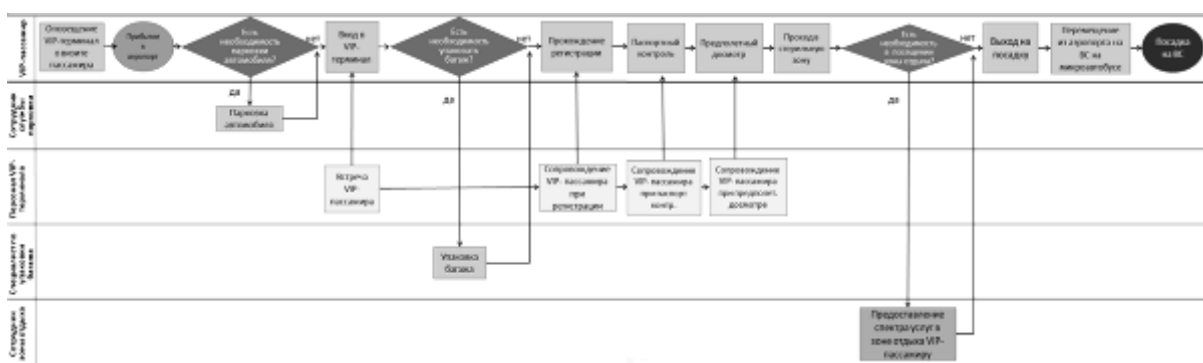


Рис. 2. Swim-line диаграмма процесса обслуживания для пассажиров VIP-класса

Исходя из вышеприведенных диаграмм, можно увидеть, как часто авиапассажир контактирует с агентами служб пассажирских авиaperезвозок. Так, например, пассажир бизнес-класса реже контактирует с авиационным персоналом, чем пассажир VIP-класса. Это объясняется тем, что пассажиру VIP-класса предоставляют расширенный спектр услуг, начиная со встречи пассажира у терминала аэропорта, заканчивая посадкой на воздушное судно. Персонал VIP-терминала берет организационные обязанности VIP-пассажира на себя и проходит все предполетные оформления вместе с ним.

Пассажир бизнес-класса проходит все предполетные оформления сам вместе с эконом-классом, но он имеет возможность бесплатно посетить бизнес-зал №1, если он имеет на руках билет бизнес-класса. Если же бизнес-пассажир не имеет билет класса «бизнес», то он может

посетить бизнес-зал по премиальной карте и пройти в бизнес-зал №2. Там же пассажир может воспользоваться услугами бара и дополнительным развлекательным спектром услуг. Позже бизнес-пассажира приглашают на посадку, где его доставляют специальным микроавтобусом, предназначенным специально для пассажиров класса «бизнес».

Для исследования удовлетворенности авиапассажиров премиум класса качеством предоставляемых услуг необходимо воспользоваться методом оценки процессов, таким как – интервьюирование. Интервьюирование проводилось в «Международном аэропорту Владивосток» только у пассажиров бизнес-класса, так как VIP-пассажиры являются высокопоставленными лицами, доступ к которым запрещен. По результатам интервью установлено, что пассажиры бизнес-класса не довольны тем, что отдельный транспорт, который должен доставлять бизнес-пассажиров от аэропорта до трапа самолета зачастую отсутствует, поэтому их доставляют на общем транспорте, предназначенном для пассажиров эконом-класса, из-за чего пассажиры бизнес-класса получают недостаточное обслуживание, по сравнению с тем, которое изначально было предложено. Вдобавок, пассажиры указывали на малое количество развлекательных услуг в бизнес-зале, желая дополнить имеющийся спектр дополнительных услуг, предлагаемый в залах отдыха. Также, пассажиры бизнес-класса выделили следующие стимулы посещения бизнес-зала: возможность использования душевых кабин, наличие шведского стола и наличие комфортных диванов и кресел с дополненным развлекательным дивайсом и блоком зарядки мобильных устройств.

С учетом пожеланий опрошенных пассажиров бизнес-класса, следует выстроить идеальный процесс обслуживания пассажиров с помощью метода потребительского сценария, процесс «как надо».

Процесс обслуживания пассажира бизнес-класса (от лица пассажира):

- а) покупка билета класса Business на сайте авиакомпании;
  - б) прибытие в аэропорт в день вылета;
  - в) прохождение регистрации на отдельной стойке;
  - д) сдача багажа (норма провоза багажа до 32 кг. и ручной клади до 15 кг.);
  - е) прохождение таможенного и паспортного контроля;
  - ж) прохождение предполетного досмотра;
  - и) посещение бизнес-зала (по желанию);
- 1) предоставление администратору бизнес-зала билет бизнес-класса, либо премиальную карту;
  - 2) проход в бизнес-зал;
  - 3) получить предложение от администратора бизнес-зала ознакомиться с перечнем развлекательных услуг и воспользоваться ими;
  - к) выход на посадку;
  - л) посадка на микроавтобус до воздушного судна после посадки всех пассажиров эконом-класса (если не предусмотрен телетрап);
  - м) посадка на воздушное судно.

Процесс обслуживания пассажира VIP-класса (от лица пассажира) на примере метода потребительского сценария включает в себя:

- а) заблаговременно оповестить VIP-терминал о визите конкретного пассажира;
  - б) прибыть в аэропорт в день вылета (на собственном транспорте, либо на трансфере аэропорта, который заранее встретит пассажира и довезет до VIP-терминала);
  - в) припарковать автотранспорт на отдельной стоянке, предназначенной для VIP-пассажиров;
  - д) получить встречу от персонала VIP-терминала у входа в VIP-терминал;
  - е) войти в VIP-терминал;
  - ж) упаковать багаж (по желанию пассажира);
  - и) передать документы сопровождающему лицу VIP-пассажира, который оформит все предполетные формальности;
- 1) регистрация на рейс;
  - 2) паспортный, таможенный контроль;
  - 3) предполетный досмотр.
  - к) проход в стерильную зону;
  - л) вход в зону отдыха (по желанию пассажира);
  - м) выход на посадку;

- н) посадка в микроавтобус до воздушного судна после посадки всех пассажиров эконом-класса; (если не предусмотрен телетрап);
- п) посадка на воздушное судно.

В данный процесс были внесены такие изменения как: получение предложения от администратора бизнес-зала пассажиру ознакомиться с перечнем развлекательных услуг и воспользоваться ими, а также посадка пассажира на специальный (дополнительный) микроавтобус до воздушного судна после посадки всех пассажиров эконом-класса.

Далее необходимо внести вышеперечисленные предложения в процесс обслуживания пассажиров в бизнес-зале с помощью диаграммы swim-line для визуального представления идеального процесса или процесса «как надо».

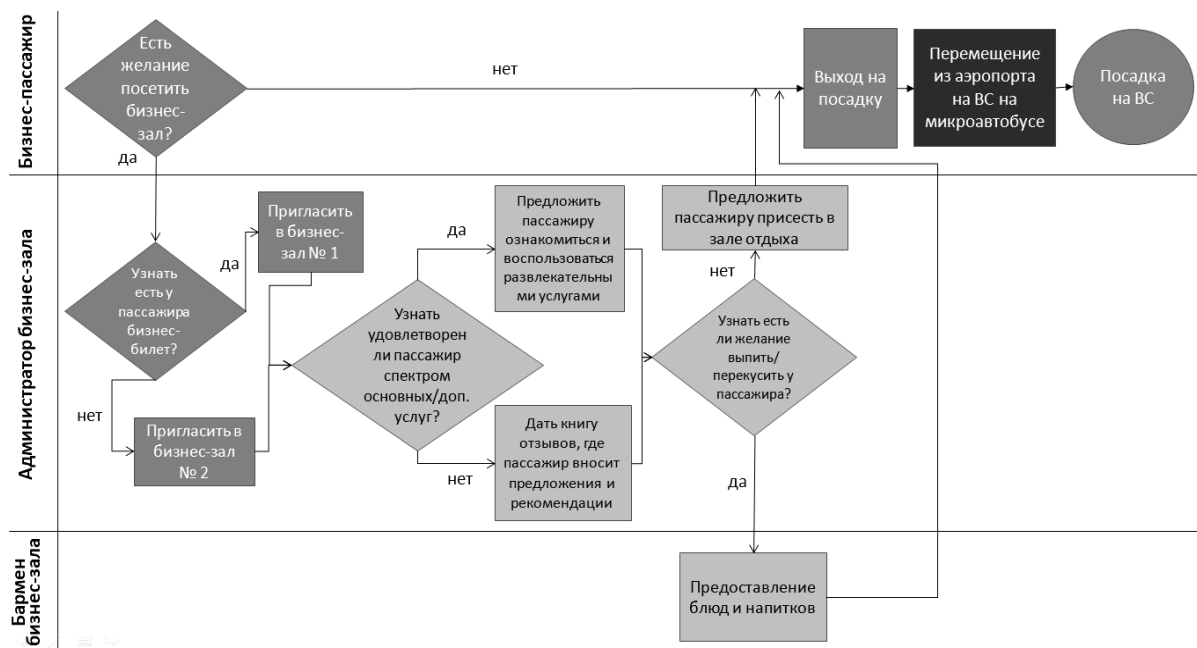


Рис. 3. Swim-line диаграмма процесса обслуживания пассажиров бизнес-класса в бизнес-зале

Swim-line диаграмма (рис. 3) демонстрирует идеальный процесс обслуживания пассажиров в бизнес-зале. Темно-серым цветом выделены действия без изменений. Светло-серым цветом выделены действия с предложениями по совершенствованию качества обслуживания, где администратор бизнес-зала проводит мониторинг удовлетворенности пассажиров качеством услуг, а также на протяжении всего периода нахождения пассажира в бизнес-зале интересуется о возможных желаниях пассажира и предлагает те или иные услуги. Черным цветом выделено действие необходимое изменению количества микроавтобусов, выделенных для пассажиров «премиум» класса, за счет ресурсов аэропорта.

В результате исследования выявлено, что процесс обслуживания пассажиров премиум класса нуждается в дальнейшем совершенствовании. Так, аэропорту г. Владивосток необходимо доработать перечень дополнительных услуг, предназначенных для пассажиров бизнес-класса. Помимо стандартных услуг в залах ожидания и залах отдыха можно также разместить следующие новые виды услуг:

- специальные детские игровые зоны, где можно разместить: несколько игровых автоматов; мягкое покрытие, по которому можно ходить без обуви; мягкие кресла; несколько приставок PlayStation; меловые доски; детские горки;
- специальные комнаты: для курения, оружейные, каминные;
- копировальные услуги;
- капсулы отдыха;
- детские стулья, размещенные в зоне бара;
- различные выставки (картин, экспозиций) с авиационной тематикой;
- открытые смотровые площадки на территории аэропорта.

Также для повышения качества обслуживания необходимо усовершенствовать процесс взаимодействия авиапассажиров с агентами служб авиационных перевозок и обратить внимание на уровень компетентности и сервисного обслуживания персонала [5].

Резюмируя всё выше сказанное, можно сделать вывод, что для привлечения внимания пассажиров премиум класса к услугам бизнес-залов и VIP-залов, а также совершенствования существующего процесса обслуживания пассажиров данной категории необходимо:

- выполнить анализ степени удовлетворенности пассажиров премиум класса в отношении реализации дополнительных услуг;
- выделить отдельный транспорт для пассажиров бизнес-класса, за счет ресурсов предприятия;
- расширить спектр развлекательных услуг в бизнес-залах, за счет разработки и внедрения новых услуг;
- провести тренинги клиентоориентированности для персонала по работе с данной категорией пассажиров.

Таким образом, выполнен анализ процесса «как есть» и предложен вариант идеального процесса обслуживания, процесса «как надо», в зонах отдыха бизнес-залов и VIP-залов. Внедрение предложений, выявленных на основе опроса пассажиров и мнения экспертов отрасли поможет повысить уровень общего обслуживания авиапассажиров в аэропорту г. Владивосток.

---

1. Деружинский Г.В., Раецкий М.Д. Теоретико-методологические аспекты понятий «услуга», «обслуживание», «сервис» как экономических категорий [Электронный ресурс] // Terraeconomicus. – 2012. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoretiko-metodologicheskie-aspekty-ponyatiy-usluga-obsluzhivanie-servis-kak-ekonomicheskikh-kategoriy>

2. Мутавчи Е.П., Перепелкина Н.О. Основные понятия и принципы обслуживания в сфере сервиса [Электронный ресурс] // Мир науки, культуры, образования. – 2016. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-ponyatiya-i-printsipy-obsluzhivaniya-v-sfere-servisa>

3. Воздушный кодекс Российской Федерации от 19.03.1997 № 60-ФЗ (ред. от 03.08.2018) – С. 80.

4. Афанасьев В. Г. Организация международных воздушных перевозок: (Перевозки пассажиров и багажа). – Москва: Воздушный транспорт, 1991. – 256 с.

5. Шкарина Т.Ю., Набокова А.А. Управление качеством: учеб. пособие. – Владивосток: Изд-во ДВФУ, 2015. – 345 с.

**Рубрика:** Электронные технологии

УДК 1082

## СИСТЕМА БРОНИРОВАНИЯ В ТУРИСТИЧЕСКОМ АГЕНТСТВЕ

**Т.О. Жукова**  
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса  
Владивосток, Россия*

*Данная тема является актуальной, так как системы бронирования повышают эффективность деятельности предприятия и облегчают работу менеджерам по продаже тех или иных услуг.*

**Ключевые слова и словосочетания:** *системы бронирования, онлайн бронирование, туристическая услуга, туристическое агентство, компьютерные системы*

## BOOKING SYSTEM IN A TRAVEL AGENCY

*This topic is relevant, since tourist trips are planned long before they are made, so the booking system is a guarantee for the implementation of the planned trip*

**Keywords:** *booking systems, online booking, travel service, travel Agency, computer systems.*