

Также пассажиры ожидают от аэропорта быстрой и точной информации, доступной через различные каналы связи.

В целом, информационно-справочное обслуживание в аэропорту должно быть индивидуализированным, профессиональным и доступным для всех пассажиров, чтобы обеспечить им комфортное путешествие.

1. Организация информационно-справочной работы. // Авиасервис. URL: <https://www.aviaplace.ru/aviauslugi/organizatsiya-spravochno-informatsionnoy-raboty.html>.

2. Руководство по обслуживанию пассажиров на воздушных линиях Союза ССР. – Текст: электронный // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. URL: <https://docs.cntd.ru/document/902035645/titles/8QS0M6>.

УДК 331.1/656.078

ИССЛЕДОВАНИЕ ВНУТРЕННЕЙ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТИ АВИАКОМПАНИИ В ОТНОШЕНИИ ПЕРСОНАЛА КАБИННОГО ЭКИПАЖА

А.В. Отрок, бакалавр
И.А. Шеромова, д-р техн. наук, профессор

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. Современное развитие авиаотрасли сопряжено с высокой динамикой конкуренции как на рынке авиаперевозок, так и на рынке трудовых ресурсов. Современный рынок характеризуется высокими темпами изменения и его особенность заключается в формировании системы лояльности как для потребителей услуг, так и для производителей услуг, что, в свою очередь, является формированием устойчивости компании в условиях нестабильности внешней среды. Внутренняя клиентоориентированная стратегия предприятия определяет привлекательность работодателя, мотивацию сотрудников к выполнению поставленных задач, достижение результатов для удержания перспективных кадров, их развития, что, в конечном счете, отражается на устойчивости и конкурентоспособности предприятия в целом.

Ключевые слова: внутренняя клиентоориентированность, система лояльности, авиакомпания, устойчивость компании на рынке авиаперевозок, внутренняя клиентоориентированная стратегия предприятия.

A STUDY OF THE AIRLINE'S INTERNAL CUSTOMER FOCUS IN RELATION TO CABIN CREW PERSONNEL

Abstract. The modern development of the aviation industry is associated with high dynamics of competition both in the air transportation market and in the labor market. The modern market is characterized by a high rate of change and its peculiarity lies in the formation of a loyalty system for both service consumers and service providers, which, in turn, is the formation of the company's sustainability in conditions of instability of the external environment. The internal customer-oriented strategy of the enterprise determines the attractiveness of the employer, the motivation of employees to complete assigned tasks, achieve results to retain promising personnel, and their development, which ultimately affects the sustainability and competitiveness of the enterprise as a whole.

Keywords: interior customer orientation, loyalty system to the company's personnel, airlines, Competition in the air transportation market, company stability in the air transportation market, internal customer-oriented strategy of the enterprise, retention of promising personnel.

Актуальность исследования внутренней клиентоориентированности определяется ее значимостью в реализации задач в построенных бизнес-процессах, производственных процессах, ориентации деятельности предприятия на постоянные улучшения.

Научная новизна работы состоит в формировании перечня показателей оценки внутренней клиентоориентированности авиакомпании в отношении кабинного экипажа, путём адаптации общей системы критериев внутренней клиентоориентированности организации.

Объект исследования – деятельность кабинного экипажа авиакомпании, а его **предмет** – внутренняя клиентоориентированность авиакомпании в контексте деятельности персонала кабинного экипажа

Целью работы стал анализ внутренней клиентоориентированности авиакомпании по отношению к сотрудникам кабинного экипажа на примере АО «Авиакомпания «Аврора».

Основным методом исследования является библиографический.

На первом этапе исследования были рассмотрены теоретические аспекты формирования внутренней клиентоориентированности предприятия, в том числе выбрано базовое определение понятия внутренней клиентоориентированности: «Внутренняя клиентоориентированность – это ориентация компании на удовлетворение потребностей внутреннего клиента, то есть сотрудника компании».

В ходе исследования было установлено, что внутренняя клиентоориентированность позволяет руководству донести до работников чёткие рамки должностных обязанностей, сформировать у сотрудников осознанное отношение к проблемам и нуждам компании, повысить эффективность использования человеческих ресурсов в компании, повысить уровень лояльности работников к предприятию и привлечь на вакантные должности квалифицированные кадры, а, в свою очередь, у работников есть возможность удовлетворить свои, как базовые, так и социальные, потребности, что способствует выстраиванию доверительных взаимоотношений между подразделениями, позволяет сформировать устойчивость оценки сотрудником своей значимости на предприятии и необходимости развития профессиональных навыков.

Целевой аудиторией внутренней клиентоориентированности является руководство, сотрудники компании, акционеры и владельцы. Направленность внутренней клиентоориентированности – удовлетворение трудом, внутренними коммуникациями, услугами внутренних клиентов, формирование лояльности персонала к компании.

Анализ специальной литературы позволил выявить общие факторы и критерии внутренней клиентоориентированности предприятия. Так к факторам влияния на уровень клиентоориентированности относятся: разработанные стандарты работы персонала, включающие аспекты клиентоориентированности; решение текущих рекламаций и жалоб; обработка и решение вопросов партнеров; мониторинг конкурентов и реализация лучших решений; непрерывность управления качеством услуг; эффективная логистика на предприятии; эффективный финансовый контроль и управление в целом; качество отбора и подбора персонала.

К критериям внутренней клиентоориентированности относятся: внимательность проблемам и потребностям сотрудников; знания, квалификационное и профессиональное обслуживание; качество корпоративных коммуникации между сотрудниками; доброжелательность, заботливость и уважение; четкость и оперативность реакции на запрос; качество выполнения сотрудником ежедневных функций, а именно, профессионализм, оперативность и командная работа; уровень удовлетворенности сотрудников (лояльность персонала).

Важным этапом работы стало формирование перечня факторов влияния и критериев оценки внутренней клиентоориентированности авиапредприятия с учётом особенностей условий работы кабинного экипажа. Перечень факторов, влияющих на формирование внутренней клиентоориентированности авиакомпании в отношении кабинного экипажа, представлен в табл. 1.

Таблица 1

Факторы, влияющие на формирование внутренней клиентоориентированности авиакомпании в отношении кабинного экипажа

Группа факторов	Содержание
Использование методов клиентоориентированного управления персоналом	<ul style="list-style-type: none"> – Нормы и стандарты внешнего вида, дающие свободу в самовыражении, не влияющие на обеспечение безопасности полетов; – Эффективность системы адаптации сотрудников; – Оперативность и качество корпоративной коммуникации; – Эффективность системы мотивации и стимулирования; – Чёткость формулировок принятых регламентов работы, достижимость их выполнения;

Группа факторов	Содержание
	<ul style="list-style-type: none"> – Система поддержки персонала, программы для приобретения навыков снижения стрессов; – Система защиты прав сотрудников, деятельность профсоюза.
Ценности и корпоративная культура предприятия	<ul style="list-style-type: none"> – Декларация, закрепление ценностей и философии компании в стандартах и регламентах работы; – Имидж предприятия на конкурентном рынке как работодателя.
Качество подобранного персонала	<ul style="list-style-type: none"> – Наличие документов об образовании, прохождения подготовки и получение сертификата бортпроводника; – Психологическая устойчивость кандидатов к работе.
Условия труда	<ul style="list-style-type: none"> – Соблюдение рабочего времени и отдыха; – Система обучения, стажировки и повышения квалификации; – Условия на рабочем месте; – Качество униформы и СИЗ; – Качество орудий труда и сведение к минимуму факторов, независящих от сотрудника, но влияют на выполнение его работы.
Применение партнерских программ для стимулирования и мотивации персонала	<ul style="list-style-type: none"> – Выгодные процентные ставки по накопительному счёту, ипотечным кредитам в банках-партнерах; – Льготы при приобретении авиабилетов на рейсы авиакомпании, входящим в один авиаальянс; – Субсидии в отелях-партнерах авиакомпании.
Обеспечение безопасности	<ul style="list-style-type: none"> – Обеспечение безопасных условий труда; – Внедрение и контроль регламента безопасности полётов; – Установленный стандарт по мерам сдерживания конфликтных пассажиров.
Развитие направлений деятельности авиакомпании	<ul style="list-style-type: none"> – Возможность быть на эстафетах; – Международные рейсы; – Внутрорегиональные рейсы.

Анализ факторов, влияющих на формирование внутренней клиентоориентированности авиакомпании в отношении cabin crew, позволил разработать систему критериев ее оценки, которая приведена в табл. 2. Применительно к выделенным оценочным критериям определены методы оценки внутренней клиентоориентированности.

Таблица 2

Критерии оценки внутренней клиентоориентированности авиакомпании в отношении cabin crew

Критерий оценки	Оценочные показатели	Методы оценки
Внимательность к проблемам и потребностям сотрудников при выполнении должностных обязанностей	<ul style="list-style-type: none"> - Наличие и полнота соответствия содержания коллективного договора требованиям ТК РФ Статья 41 - Фактическое соблюдение положений коллективного договора; - Признание, поощрение высоких результатов работы и творческого потенциала работников; - Возможность «рядовому сотруднику» быть услышанным руководством в вопросах улучшений работы и эффективности труда - Порядок обеспечения форменной одеждой, обувью; - Наличие программ адаптации для вновь принятых или возвратившихся из длительного отпуска сотрудников - Наличие мер предупреждения профессионального выгорания с учетом сложных и напряженных условий работы; - Сохранение возможности досрочного выхода на пенсию; - Учёт пожеланий работника при составлении рабочего графика; - Возможность для работника уйти в отпуск за свой счет при необходимости. 	Опрос (анкетирование, интервьюирование) сотрудников, анализ предложений и возражений по улучшению условий работы и их реализации, работа с документами

Критерий оценки	Оценочные показатели	Методы оценки
Уровень квалификации сотрудников	<ul style="list-style-type: none"> - Доступность программ по подтверждению/повышению квалификации с последующей аттестацией; - Наличие и доступность программ/тренингов, разработанных на основе пожеланий сотрудников и специфики работы, направленных на формирование надпрофессиональных навыков/качеств; - Понятная и доступная программа карьерного роста; - Наличие системы наставничества для вновь принятых сотрудников. 	Работа с документами, анализ данных отдела планирования, опрос сотрудников.
Качество внутренней коммуникации	<ul style="list-style-type: none"> - Обязательность ознакомления сотрудников с коллективным договором и документами, определяющими функциональные обязанности сотрудника, систему оплаты труда, методы мотивации и стимулирования труда; - Организация корпоративной связи между экипажем, назначенным в рейс и/или обеспечивающими подразделениями и структурами; - Возможность оперативного оповещения о возникновении сбойной ситуации в работе без последствий карательного характера, независимо от причин возникновения сбойной ситуации; - Ознакомление сотрудников с результатами оценки действий персонала авиапредприятий в сбойных ситуациях с целью формирования навыков адекватного поведения в подобных ситуациях, в том числе в аспекте обеспечения транспортной безопасности. 	Анализ данных работы внутренней информационной системы, беседа с оппонентами конфликта/ сбойной ситуации, опрос сотрудников
Психологический климат	<ul style="list-style-type: none"> - Наличие программ обучения сотрудников методам командной работы и эффективному взаимодействию в коллективе, например, регулярное проведение тимбилдинга и т.п. - Возможность получения сотрудником бесплатной психологической помощи; - Проведение типирования личности при устройстве на работу с целью определения возможности эффективного исполнения функциональных обязанностей в соответствии с психоэмоциональными особенностями кандидата на должность; формирования потенциально не конфликтных составов экипажа, а также выбора наставника; - Наличие и доступность программ обучения, направленных на снижение уровня стресса и тревожности, в том числе финансовой грамотности и др. - Контроль за соблюдением этического кодекса компании в межличностных отношениях и, при необходимости, обучение правилам поведения в коллективе. 	Опрос сотрудников и работников кадровой службы, работа с документами
Удовлетворенность работой в компании	<ul style="list-style-type: none"> - Уровень текучести кадров - Средняя продолжительность работы в компании. - Лояльность сотрудников по отношению к компании. - Наличие кадрового резерва. 	Анализ данных отдела кадров, опрос сотрудников

На основании перечня факторов, влияющих на внутреннюю клиентоориентированность авиакомпании, и системы оценочных критериев была разработана анкета и проведен опрос членов кабинного экипажа, а также проведено интервью с начальником службы бортпроводников № 2 АО «Авиакомпания «Аврора». Результаты проведенного исследования позволили выявить проблемы внутренней клиентоориентированности АО «Авиакомпания «Аврора» в отношении кабинного экипажа и дать рекомендации по их решению.

Таким образом, проведенное теоретическое исследование позволило решить ряд важных вопросов, обеспечивающих возможность проведения корректной оценки внутренней клиентоориентированности авиапредприятия в контексте деятельности кабинного экипажа, а проведенная апробация результатов теоретического исследования подтвердила их практическую значимость.

1. Комаров С.В., Григорьева А.С. Методика оценки внутреннего маркетинга компании и управление клиентоориентированностью // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. – 2019. – №2. – С. 192-103.

2. Тихонов А.И., Калачанов В.Д., Тихонова С.В. Оценка клиентоориентированности предприятий авиационно-космической промышленности // Московский экономический журнал. – 2019. – №12. – С. 590-599.

3. Кучерявенко С.А., Чистикова И.В., Назарова А.Н. Клиентоориентированный подход в системе менеджмента качества: аксиома или требование времени? // Экономика. Информатика. – 2021. – Т. 48, №2. – С. 244-251.

УДК 629.5.083.5

АНАЛИЗ ОТРАСЛИ СУДОРЕМОНТНЫХ УСЛУГ

В.О. Патрушева, бакалавр

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. Фактически судостроение и судоремонт – это индустрия в развитых странах. Судостроительная и судоремонтная отрасли тесно связаны с добычей и переработкой. В добывающую промышленность входят машиностроение, сталелитейная и металлургическая промышленность, электрическая, химическая промышленность и промышленность цветных металлов. В свою очередь перерабатывающую отрасль включает судоходную промышленность, рыбную промышленность, оборонную промышленность и индустрию отдыха.

Ключевые слова: судостроение, судоремонт, металлургия, экспорт, бюджет.

ANALYSIS OF THE SHIP REPAIR SERVICES INDUSTRIES

Abstract. In fact, shipbuilding and ship repair are an industry in developed countries. The shipbuilding and ship repair industry is closely linked to the upstream and downstream industries, between marine equipment manufacturers and the shipping industry. The extractive industries include mechanical engineering, steel and metallurgy, electrical and electronics, chemicals and non-ferrous metals. Its processing industries include the shipping industry, fishing industry, defense industry and leisure industry.

Keywords: shipbuilding, ship repair, metallurgy, export, budget.

Из-за большого количества рабочих сообщение, предназначенное для сотен проживающих жителей, не может удовлетворить основные потребности крупномасштабного промышленного производства, и не следует упускать из виду соответствующие риски безопасности из-за перегрузки. Помимо проблем с дорожным движением, еще одним большим местом для всех компаний судостроительной и судоремонтной промышленности является нехватка энергии, более заметная проблема для компаний, расположенных на небольшом острове.

Таблица 1

Крупнейшие Судостроительные заводы России

Завод	Место расположения предприятия	Занимаемая территория	Годовой оборот
Амурский	Комсомольск-на-Амуре	140 Га	8,184 млрд руб.
Выборский	Ленинградской область	44,18 Га	1,7 млрд руб.
Красное Сормово	Нижегород	150 Га	3,4 млрд руб.
Янтарь	Калининград	83 Га	11,187 млрд руб.
Вымпел	г. Рыбинск	40 Га	8,184 млрд руб.
Хабаровский	Хабаровск	400 000 квадрат. м	3,8 млрд руб.
Северная верфь	Санкт-Петербург	150 Га	10,39 млрд руб.
Невский	г. Шлиссельбург	21,34 Га	Всегда разный