

Докієнко Л. М., кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри організації авіаційних робіт і послуг
Національного авіаційного університету
ORCID: 0000-0001-6528-6810

Лямзін А. О., доктор технічних наук, доцент,
професор кафедри організації авіаційних робіт і послуг
Національного авіаційного університету
ORCID: 0000-0002-6964-845X

ОСОБЛИВОСТІ ТА КЛЮЧОВІ СКЛАДОВІ СЕРВІСНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В АВІАЦІЙНІЙ ГАЛУЗІ

У статті доведено, що якісно побудована система сервісного обслуговування в сучасній авіаційній галузі має першочергове значення. Визначено сутність та обґрунтовано особливості сервісної діяльності в авіаційній галузі, а саме: безпосередній контакт та взаємодія між споживачем і постачальником послуг на всіх етапах в сегменті B2C та B2B; висока роль персоналу; індивідуальний підхід до клієнтів; особлива увага до клієнтського досвіду; підтримка якості послуг; широке застосування технологій; орієнтація на результат; обов'язкове забезпечення авіа безпеки; наявність нестандартних ситуацій; зручність та технічна адекватність послуг; виважена цінова політика; високі вимоги до повноти та якості інформаційного забезпечення пасажирів.

Запропоновано розглядати сервісну діяльність в авіаційній галузі у контексті клієнтоорієнтованого підходу до обслуговування у розрізі двох складових: системи обслуговування пасажирів та системи обслуговування виробничої інфраструктури аеропорту та авіакомпанії в аеропорту.

До складу системи обслуговування пасажирів запропоновано включити: побудову клієнтоорієнтованого сервісу та використання сучасних технологій обслуговування і комунікації з клієнтами для якісного обслуговування пасажирів персоналом аеропорту та авіакомпанії. Складовими оцінки якості обслуговування в аеропорту визначено приміщення/інфраструктуру, процеси, та персонал, для яких розроблено систему критеріїв оцінювання. Оцінку обслуговування пасажирів авіакомпанією запропоновано здійснювати у розрізі наземного обслуговування, що включає перед польотом і після польотом обслуговування пасажирів та організацію авіаційної діяльності; і обслуговування пасажирів на борту повітряного судна з оцінкою роботи екіпажу борту та бортового продукту. Для кожної складової розроблено розширену систему критеріїв оцінювання.

До складу системи обслуговування виробничої інфраструктури аеропорту та авіакомпанії в аеропорту віднесено: послуги хендлінгових компаній, послуги з експлуатації та обслуговування аеродрому, послуги з організації забезпечення польотів та обслуговування авіа доставки вантажів і багажу. Для кожної складової розглянуто види послуг, що їх формують.

Ключові слова: сервісна діяльність, авіаційна галузь, аеропорт, авіакомпанія, якість обслуговування.

Dokienko L. M., Lyamzin A. O. Features and key elements of service activities in the aviation industry

The article proves that a well-built service system in the modern aviation industry is of primary importance. The essence and features of service activities in the aviation industry are substantiated: direct contact and interaction between the consumer and the service provider at all stages in the B2C and B2B segment; high role of personnel; individual approach to clients; special attention to customer experience; maintaining the quality of services; wide application of technologies; result orientation; mandatory provision of aviation security; presence of non-standard situations; convenience and technical adequacy of services; balanced pricing policy; high requirements for the completeness and quality of passenger information provision.

It is proposed to consider service activity in the aviation industry in the context of a client-oriented approach to service in terms of two components: the passenger service system and the service system for the production infrastructure of the airport and airlines at the airport.

The passenger service system is proposed to include: the construction of customer-oriented service and the use of modern technologies of service and communication with customers for high-quality passenger service by airport and airline personnel. The components of the assessment of service quality at the airport are defined as premises/infrastructure, processes, and personnel, for which a system of assessment criteria has been developed. The assessment of passenger service by the airline is proposed to be carried out in terms of ground service, which includes pre-flight and post-flight passenger service and organization of aviation activities; and passenger service on aircraft board with evaluation of the efficiency of the cabin crew and the on-board product. An extended system of evaluation criteria has been developed for each component.

The service system of the production infrastructure of the airport and airlines at the airport includes: services of handling companies, services for the operation and maintenance of the airfield, services for the organization of flight support and air cargo and baggage delivery services. For each component, the types of services that form them are considered.

Key words: *service activity, aviation industry, airport, airline, service quality.*

Постановка проблеми. Сучасні авіакомпанії вимушені функціонувати в середовищі постійних змін, зумовлених коливаннями ринків, частими злиттями та альянсами, нестабільними економічними факторами та викликами, постійно зростаючими потребами та очікуваннями клієнтів, технологічними змінами та необхідністю впровадження сучасних цифрових рішень. Основні гравці авіаринку – авіакомпанії та аеропорти вищого рівня – розуміють, що технології та швидко доступна повна інформація в руках клієнтів змінюють «правила гри», і на сьогодні вже недостатньо покладатися виключно на імідж бренду, присутність на ринку чи масштаб. Те, що вирізняє і вирізнятиме лідерів майбутнього – це якісний сервіс та першокласне обслуговування клієнтів.

Сучасна авіаційна галузь є одним із найбільш орієнтованих на клієнта секторів сучасної світової економіки, де забезпечення якісного обслуговування клієнтів стає все більш важливим для забезпечення конкурентоспроможності на ринку та прибутковості діяльності.

І, в даному контексті, правильно побудована система організації сервісної діяльності набуває першочергового значення. Замість зосередженості на традиційних операціях надання авіа послуг настав час застосувати підхід орієнтований на клієнта. Тобто, використання сервісу як ключової відмінності; взаємодія з клієнтами на основі їхніх потреб і цінності для компанії; прийняття рішень на основі клієнтського досвіду; охоплення нових каналів комунікації і створення клієнтоорієнтованої корпоративної культури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні основи сервісу та сервісної діяльності в цілому та за різними видами економічної діяльності (туризм, торгівля, готельно-ресторанна справа, транспорт) розглядалися у роботах Апопій В.В., Габи В.В., Григорак М.Ю., Грушевської Т.М., Карпунь О.В., Малюк Л.П., Міщенко В.І., Оніщук Н.В., П'ятницької Г.Т., Рудюк М.В., Савченко Л.В., Ткаченко Т.І., Угоднікової О.І. та інших.

Щодо авіаційної галузі, то в останні роки в центрі уваги як вітчизняних, так і зарубіжних досліджень домінували праці присвячені проблемам оцінювання і забезпечення якості обслуговування в авіаційній галузі як складової сервісної діяльності [1–7], а також впливу якості обслуговування на рівень прибутковості авіа бізнесу, рівень задоволеності та лояльності пасажирів [8–11].

В той же час, на сьогодні недостатньо обґрунтованими є теоретичні аспекти організації сервісної діяльності в авіаційній галузі, особливо з врахуванням всіх суб'єктів, що задіяні у формуванні та наданні авіатранспортних послуг.

Метою статті є обґрунтування особливостей сервісної діяльності в авіаційній галузі, формування і характеристика системи її ключових складових з позиції клієнтоорієнтованого сервісу.

Виклад основного матеріалу. Обслуговування клієнтів в авіаційній галузі відіграє ключову роль у її успіху. Бізнес всіх компаній, що задіяні у наданні авіатранспортних послуг, зосереджується на рівні обслуговування, що надається клієнтам. Якісне обслуговування клієнтів має вирішальне значення і є глобальним трендом в авіа бізнесі, оскільки воно дозволяє, з одного боку, забезпечити задоволеність клієнтів, збільшити кількість лояльних клієнтів, «утримувати» їх в довгостроковій перспективі, а, з іншого боку, забезпечує і ефективне функціонування авіакомпанії (аеропорту) з високим рівнем прибутковості та їх конкурентоспроможність на авіаринку.

Сервісна діяльність у класичному розумінні являє собою процес налагодження довготривалих взаємозв'язків виробника товарів та послуг із індивідуальним (кінцевим) споживачем; це діяльність, пов'язана із наданням послуги і спрямована на задоволення потреб споживачів [12].

Оскільки, авіатранспортні послуги є особливою категорією послуги зі специфічним набором параметрів якості, форма прояву яких властива тільки авіаційному транспорту і пов'язана як з процесами формування і надання послуг, так і з врахуванням сприйняття цього виду послуг клієнтами, то і сервісна діяльність в авіаційній галузі має свої характерні особливості.

Сервісна діяльність в авіації – це система обслуговування, що включає комплекс послуг, необхідних для задоволення потреб пасажирів при авіап перевезенні та створенні для нього максимально комфортних умов у відповідності із сучасними міжнародними авіаційними стандартами. Сервісна діяльність в авіації – це не лише безпека, пунктуальність, надійність, але і постійна робота з як пасажирами, що включає рекламу та просування, спілкування та якісне обслуговування в процесі авіа перевезень, так і з обслуговуючими компаніями, які забезпечують формування і надання авіаційної послуги.

Сервісній діяльності в авіаційній галузі, на думку авторів, притаманні наступні *особливості*:

– безпосередній контакт та взаємодія між споживачем та постачальником послуг на всіх етапах надання авіа послуги як в сегменті В2С, так і в сегменті В2В: аеропорт – авіакомпанія; клієнт-авіакомпанія і обслуговуючі компанії (хендлінгова, кейтерингова, туристична тощо); клієнт-аеропорт та обслуговуючі компанії (орнітологічні, метеорологічні, аеронавігаційні, протипожежні послуги тощо);

– дуже висока роль персоналу в процесі обслуговування. 79% авіа пасажирів вважають, що спілкування з сервісним агентом в аеропорту чи бортпроводниками на борту повітряного судна для них дуже важливе і це основний критерій оцінки якості обслуговування в аеропорту чи на борту повітряного судна, що включений до основних авіа рейтингів;

– необхідність індивідуального підходу до кожного клієнта. Зацікавлені та лояльні клієнти витрачають на авіаційні та неавіаційні послуги на 30% більше; 80% клієнтів з більшою ймовірністю придбають продукт або послугу від бренду, який забезпечує персоналізований досвід, а персоналізовані рекомендації впливають на 92% покупців в Інтернеті [13];

– особлива увага до клієнтського досвіду, адже за статистикою понад 50% покупок базуються на позитивному ставленні до клієнта. З позиції клієнтського авіа досвіду найбільш важливими є наступні стандарти обслуговування: відповідати на запити клієнтів (61%), брати відповідальність за свої помилки (60%), робити все, щоб вирішити проблему клієнта (59%), бути доступними для клієнта (55%) та залишатися позитивними і доброзичливими під час взаємодії з клієнтами (54%) [14];

– важливість підтримки якості. 62% споживачів зазначили, що припинили співпрацю з брендом після поганого обслуговування клієнтів; споживачі вдвічі частіше діляться своїм поганим досвідом обслуговування клієнтів (54%), ніж говорять про позитивний досвід (33%) [15]. І тут орієнтиром високої якості обслуговування в авіаційній галузі можуть стати основні рейтинги: “SkyTrax” “World Airline Awards” / “World Airport Awards”, “Air Help Score”, “Airline Ratings”, “Avia Tickets Ratings”;

– широке застосування технологій для обслуговування пасажирів: мобільні додатки, надійні CRM платформи, інтелектуальні засоби зв'язку, розпізнавання мовлення та аналіз дзвінків, рішення для управління даними, хмарне програмне забезпечення, Інтернет речей, розширена реальність. Важливість цифровізації обслуговування зумовлена, наприклад, тим, що 81% клієнтів намагаються вирішити проблему самостійно, перш ніж звернутися до консультанта, 84% споживачів довіряють он-лайн оглядам так само, як особистим рекомендаціям, та 68% споживачів люблять чат-боти, тому що вони швидко відповідають [14, 15]. А також використання цифрових інструментів для обслуговування аеропорту та авіакомпаній: авіаційна безпека та розумне обслуговування повітряних суден, управління польотами та інтелектуальна кабіна пілотів, паливна ефективність та захист довкілля, система безпеки аеропорту та впровадження біометрії тощо;

– орієнтація на результат, адже збільшення кількості лояльних клієнтів на 5% збільшує прибуток до 95%, а збільшення рівня задоволеності пасажирів на 1% генерує в середньому зростання неавіаційних доходів на 1,5% [16];

– обов'язкове забезпечення авіа безпеки як основний пріоритет надання авіа послуги;

– наявність великої кількості нестандартних ситуацій в процесі обслуговування;

– обов'язковість надання пасажиром комплексу послуг в аеропортах та на борту повітряного судна (згідно авіаційних правил) та необов'язковості використання пасажиром всіх запропонованих сервісних (додаткових) послуг;

– зручність та технічна адекватність сервісних послуг;

– необхідність формування виваженої цінової політики, що зумовлено високим рівнем конкуренції в авіаційній галузі;

– високі вимоги до повноти та якості інформаційного забезпечення пасажирів у процесі сервісного обслуговування.

Авіаційний бізнес сьогодні – це і ідеально налагоджена робота з авіакомпаніями, тобто, в рамках бізнес моделі “B2B”, і якісна модель роботи “B2C”, адже сьогодні пасажир є центром діяльності аеропорту, а клієнтоорієнтованість – основа діяльності більшості сучасних авіакомпаній.

Відповідно, і сервісна діяльність в авіаційній галузі не повинна обмежуватися лише обслуговуванням пасажирів в процесі надання авіаційної послуги, а включати також і систему обслуговування виробничої інфраструктури аеропорту та авіакомпаній в аеропорту (рис. 1).

Безперечно, **система обслуговування пасажирів**, що базується на формуванні, вивченні та удосконаленні клієнтського досвіду, є ключовим фактором успіху в авіаційному бізнесі, оскільки він відіграє важливу роль в задоволенні клієнтів, їх утриманні та підтримці лояльності. Авіапасажири стають більш вимогливими до якості обслуговування і, відповідно, основні гравці на авіа ринку – авіакомпанії та аеропорти – повинні зосередитися на покращенні обслуговування клієнтів (пасажирів), щоб залишатися прибутковими та конкурентоспроможними на ринку.

Взаємозв'язок між якісним обслуговуванням пасажирів і рівнем прибутковості доведено, адже існує позитивний зв'язок між загальним рівнем задоволення пасажирів і неавіаційними доходами: збільшення пасажиропотоку на 1% призводить до зростання неавіаційних доходів від 0,7% до 1%, збільшення розміру комерційної зони в аеропорту на 1% призводить до зростання неавіаційних доходів на 0,2% [16].

Клієнтоорієнтований сервіс на сьогодні є не лише основою сервісної діяльності, а й основним принципом функціонування сучасного аеропорту та авіакомпанії. В авіаційному бізнесі клієнтоорієнтований сервіс передбачає:



Рис. 1. Складові сервісної діяльності в авіаційній галузі

Джерело: авторська розробка

1) Знання свого пасажирів: формування «портрету» пасажирів; вивчення скарг; використання побажань пасажирів, щоб спробувати нові способи надання послуг; розмовляти зі своїми клієнтами та широко їх слухати; розуміти та задовольняти потреби пасажирів; персоналізувати клієнтський досвід.

2) Розуміння потреб пасажирів: розуміння того, що пасажирів вважають хорошим обслуговуванням; визначити очікування пасажирів та наскільки вони відрізняються від реальності; слідкувати як за позитивними, так і негативними відгуками та коментарями пасажирів; постійно шукати шляхи покращення рівня обслуговування пасажирів.

3) Оцінювання якості обслуговування пасажирів: опитування та форми зворотного зв'язку; «таємні покупці»; моніторинг коментарів у соціальних мережах та відгуків на професійних авіа-сайтах і власному сайті.

4) Формування програми обслуговування пасажирів – дозволяє формалізувати рівень обслуговування клієнтів, який ви прагнете надати, і те, які практичні дії ви будете робити, щоб досягти цього та підвищити лояльність клієнтів і утримати їх, та програми лояльності для постійних пасажирів – утримання пасажирів залежить від їх лояльності та задоволення сервісом, адже часто знайти нового клієнта дорожче, ніж утримати поточного.

Тобто, клієнтоорієнтований сервіс в авіаційному бізнесі – це вміння «перевтілюватися у пасажирів», думати і оцінювати як пасажир, ставити собі питання як пасажир, а також думати про довгострокову перспективу з позиції того, що «клієнт – це на все життя».

Реалізація клієнтоорієнтованого підходу до побудови сервісної діяльності в авіаційній галузі не можлива без використання сучасних технологій обслуговування та комунікації з клієнтами, які повинні охоплювати використання різних каналів комунікації, збір та аналіз даних, впровадження систем управління взаємодією з клієнтами, автоматизацію процесів обслуговування клієнтів за допомогою сучасних цифрових рішень.

В сучасному авіаційному бізнесі прийнято застосовувати принцип омніканальності, тобто використання одночасно кількох комунікаційних каналів, об'єднаних у єдину екосистему зі збереженням усієї історії спілкування з цільовою аудиторією. Найбільш поширеними є наступні канали комунікації в авіаційному бізнесі: автоматизація процесів, чат-боти, голосові роботи, мобільні реєстрації, системи он-лайн бронювання, технічна підтримка, управління чергою, програми лояльності, служба багажу, робота з претензіями та відшкодування, підтримка екіпажів. А найбільш популярними технологіями є: Block chain, доповнена і віртуальна реальність, штучний інтелект, робототехніка, біометрія, Інтернет речей, Big data та аналітика, мобільні рішення [17].

Щодо найбільш популярних каналів залучення клієнтів, то за результатами опитування сервісу “HubSpot” у 2022 році до них увійшли: маркетинг у соціальних мережах та месенджери (SMM), веб-сайт та блог, E-mail, пошукова оптимізація (SEO), Інтернет реклама, контент-маркетинг (Content Marketing), партнерський маркетинг (Affiliate Marketing), «сарафанне радіо» (WOM Marketing), маркетинг впливу (Influence Marketing) та просування за допомогою заходів (Event Marketing) [18].

Якщо ж розглядати саме організацію сервісної діяльності та якісне обслуговування пасажирів, то, на думку авторів, ключовими елементами системи обслуговування пасажирів в авіаційній галузі є наступні (рис. 2).



Рис. 2. Ключові елементи обслуговування пасажирів в авіаційній галузі

Джерело: авторська розробка

Відповідно, *сервісна діяльність в аеропорту* – це скоординована діяльність, спрямована на виконання встановлених вимог до якості відділами та структурами аеропорту, яка характеризується результатами різноманітних процесів у його структурних підрозділах. Сервісна діяльність в аеропорту (пасажирському терміналі) щодо обслуговування пасажирів повинна включати наступні елементи, що формують рівень якості обслуговування:

1. Приміщення аеропорту та його інфраструктура:

- якість послуги (атмосфера терміналів, екрани інформації про польоти, вказівники для орієнтування, клімат-контроль, якість освітлення, рівень шуму, чистота, комфортабельність тощо);
- якість інфраструктури (громадський транспорт, таксі, паркування; ступінь доступності аеропорту з міста; реєстрація пасажирів, час очікування в черзі, простота проходження процедур);
- якість безпеки (ефективність контролю безпеки та інформаційних стійок, час проходження формальностей: авіаційна безпека, митний та прикордонний контроль; час видачі багажу та його стан тощо);
- функціональна якість (транспортні засоби для інвалідів і людей похилого віку, послуги з догляду за дітьми без нагляду).

2. Процеси аеропорту:

- он-лайн сервіси (інформативність та зручність користування веб-сайтом аеропорту; зручність он-лайн замовлення послуг аеропорту; робота контактного центру тощо);
- якість продажу квитків (швидкість оформлення квитків, переоформлення, контроль та повернення коштів);
- якість комфорту (управління чергами, доступ до Інтернету та його швидкість, зручніші ігрові приміщення, ціни в магазинах, вартість паркінгу автомобілів в аеропорту; вартість транспортування в аеропорт; кількість та якість сервісу для неавіаційних послуг; зручність розкладу; зручність трансферу через аеропорт; ціна перевезень; кількість маршрутів).

3. Персонал аеропорту: рівень кваліфікації персоналу, трудова дисципліна, вмотивованість працівників; ввічливість персоналу, етика і культура обслуговування пасажирів; рівень якості надання неавіаційних послуг тощо.

Всі послуги, які надає авіакомпанія пасажиром в процесі обслуговування взаємопов'язані, а якість їх надання в сукупності формує імідж авіакомпанії та її конкурентоспроможність, тому *сервісну діяльність авіакомпанії* варто розглядати з позиції двох складових:

1. Наземне обслуговування пасажирів авіакомпанією:

– якість перед польотного обслуговування: сайт авіакомпанії: зручність та легкість користування, інформативність, зрозумілість; он-лайн бронювання квитків: наявність, зручність; он-лайн реєстрація на рейс: наявність, зручність; політика щодо перевезення багажу / ручної поклажі; можливість самостійної реєстрації на рейс; процедури перед посадкою; ефективність та зручність посадки; персонал авіакомпанії: привітність, оперативність; зал очікування та лаундж авіакомпанії: зручності для пасажирів, гостинність персоналу;

– якість після польотного обслуговування: послуги трансферу; послуги по прибуттю в аеропорт призначення; багаж пасажирів: збереженість, доставка; існує чітка схема/правила компенсації щодо втрати або пошкодження багажу;

– якість організації авіаційної діяльності: вчасність/пунктуальність відправлення/прибуття рейсів; кількість рейсів; зручність стикування рейсів; доступність квитків; акції на квитки за різними напрямками; співвідношення ціна/якість послуг; програми лояльності для постійних клієнтів; якість роботи з претензіями; до офісів авіакомпаній легко дістатися.

2. Обслуговування пасажирів на борту літака:

– якість роботи екіпажу на борту: привітність обслуговування та гостинність; уважність та оперативність обслуговування; допомога при посадці на борт літака; знання мов персоналом борту; чуйне ставлення екіпажу та постійна допомога; приділення однакової уваги всім пасажиром; якість та точність оголошень; достатність та своєчасність інформації на борту; достатність знань екіпажу для відповідей на запитання пасажирів; навички вирішення проблем та конфліктних ситуацій; допомога сім'ям з дітьми, мало мобільним пасажиром; зовнішній вигляд екіпажу борту;

– якість обслуговування на борту (бортовий продукт): комфорт сидіння; чистота салону, сидінь, туалету; освітлення кабіни / атмосфера на борту; температура салону, робота кондиціонера; комфорт і зручності в салоні; матеріали для читання / журнал авіакомпанії; Wi-Fi / Fly Net; екран і інтерфейс бортових TV; вибір розваг на борту; якість та підбір страв, різноманітність меню; кількість їжі; вибір напоїв; ціни на борту; співвідношення ціни та якості на борту.

Друга складова сервісної діяльності в авіаційній галузі – це **система організації обслуговування виробничої інфраструктури аеропорту та авіакомпаній**, тобто, зазвичай, невидима для пасажирів робота, яка постійно виконується в аеропорту та на борту повітряного судна задля організації роботи і забезпечення якісного і безпечного надання авіа послуги.

Ринок B2B в авіаційній галузі є важливою та невід'ємною частиною, адже він дає змогу широкому спектру компаній співпрацювати разом, щоб постачати авіакомпаніям, виробникам літаків та іншим підприємствам товари та послуги. Цей ринок є вигідним як для споживачів, так і для компаній, оскільки він дає змогу ефективно та безперервно здійснювати операції та покращує загальну якість подорожей. Сектор B2B в авіації відноситься до операцій між компаніями і охоплює широкий спектр виробників літаків; авіакомпаній; постачальників послуг з технічного обслуговування та ремонту; операторів аеропортів, що відповідають за управління та експлуатацію аеропортів, контроль повітряного руху, наземне обслуговування, авіаційну безпеку; постачальників неавіаційних послуг для пасажирів (роздрібна торгівля, ресторани та кафе, готельний бізнес).

До системи обслуговування виробничої інфраструктури аеропорту та авіакомпаній автори пропонують віднести:

1. Послуги хендлінгових компаній для авіакомпаній. Хендлінгова компанія – це обслуговуюча компанія, що здійснює комплексне організаційне забезпечення комерційного та технічного обслуговування повітряних суден, обслуговування пасажирів, багажу та екіпажів в аеропортах та містах перебування за маршрутом польоту. Це агент підприємств аеропортового комплексу, що працює з авіаперевізниками, заключаючи договір на організацію аеропортового та наземного обслуговування. Зазвичай, до складу основних послуг з обслуговування хендлінгової компанії входять:

– обслуговування повітряних суден на пероні: роботи по зустрічі-випуску повітряного судна; координація, контроль завантаження; внутрішнє прибирання повітряних суден; вантажно-розвантажувальні роботи; транспорт для пасажирів та екіпажів; буксирування; наземне джерело живлення; обслуговування туалетних систем; заправка питною водою; роботи з видалення та захисту від обмерзання повітряних суден;

– термінальне обслуговування пасажирів: реєстрація пасажирів; зустріч та посадка; перевірка документів (верифікація); бронювання і продаж авіаперевезень; пошук загубленого багажу та інші послуги, пов'язані з роботою по втраченому, знайденому або пошкодженому майну пасажирів, забезпечення доставки багажу, що відстав; обслуговування дітей без супроводу та пасажирів з обмеженими можливостями;

– операції з адміністрування: контроль обслуговування пасажирів та повітряних суден на пероні; взаємодія з контролюючими органами і службами; організація роботи представництв та станцій; віддалений розрахунок центрування повітряного судна; організація отримання дозволів на виконання польотів; формування, відправка звітів та статистики; верифікація документів; пере бронювання квитків; розміщення пасажирів у готелі; організація доставки бортового харчування.

2. Послуги з експлуатації та обслуговування аеродрому:

– послуги з підтримки елементів аеродромних покриттів в експлуатаційній готовності;
– забезпечення протипожежної безпеки в зоні аеродрому наземними засобами;
– послуги орнітологічного обслуговування польотів, що включають комплекс заходів із захисту від впливу потенційно небезпечних для польотів повітряних суден птахів на аеродромах;
– забезпечення охорони навколишнього середовища в зоні аеродрому та аеропорту;
– послуги збереження авіа палива та мастил.

3. Організацію роботи із забезпечення польотів:

– послуги з медичного забезпечення польотів, які передбачають підтримку професійного здоров'я, оптимізацію функціонального стану організму і підвищення працездатності льотного складу, операторів з керування безпілотними авіаційними комплексами, персоналу з управління повітряним рухом, інженерно-технічного складу з метою ефективного та безпечного виконання ними завдань за призначенням;

– метеорологічне обслуговування польотів, що включає послуги із забезпечення метеорологічними прогнозами, консультаціями і спостереженнями, а також іншу метеорологічну інформацію та послуги, що надаються суб'єктам авіаційної діяльності;

– обслуговування повітряного руху: диспетчерське обслуговування; польотно-інформаційне обслуговування; аварійне обслуговування;

– організація харчування льотного складу під час виконання польотів: послуги щодо повсякденного (перед польотного) харчування в наземних умовах; бортове харчування під час тривалих польотів; аварійне харчування екіпажу.

4. Обслуговування авіа доставки багажу (обробка багажу перед вильотом, комплектування багажу в аеропорту, система сортування багажу, що відправляється, в аеропорту, обробка багажу, що прибуває) і вантажів (упаковка та маркування вантажів, митне оформлення вантажів, вантажно-розвантажувальні послуги, відстеження маршруту вантажу, послуги складського зберігання, документальне забезпечення авіаперевезень вантажів).

І, насамкінець, обов'язкова складова сервісної діяльності в авіаційній галузі, яка є основою і для системи обслуговування пасажирів, і для системи обслуговування виробничої інфраструктури аеропорту та авіакомпаній – управління якістю обслуговування в авіаційній галузі. Управління якістю обслуговування в авіаційній галузі передбачає цілеспрямований процес впливу на фактори і умови, які забезпечують створення авіаційних послуг оптимальної якості; це скоординована діяльність, спрямована на виконання всіма підрозділами та структурами, що формують авіаційну послугу встановлених вимог до високої якості її надання. Відповідно, узагальненою характеристикою якості обслуговування в авіаційній галузі є задоволеність або незадоволеність авіапасажирів / клієнта ціною послугою за тими параметрами, що були описані вище.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Сучасний авіаринок є висококонкурентним та швидко змінним, і кожен його учасник прагне виділитися та стати фаворитом. І, зазвичай, чи не єдиною відмінністю компаній, що формують авіа послугу, є рівень якості обслуговування. Саме тому, як доведено у статті, якісно побудована система сервісного обслуговування в авіаційній галузі набуває першочергового значення.

Авторами запропоновано розглядати сервісну діяльність в авіаційній галузі з позиції двох складових: системи обслуговування пасажирів (в аеропорту та на борту повітряного судна) на основі принципів клієнтоорієнтованого сервісу та з використанням сучасних технологій комунікацій і системи обслуговування виробничої інфраструктури аеропорту та авіакомпаній, що включає послуги хендлінгових компаній, послуги з експлуатації та обслуговування аеродрому, послуги з організації забезпечення польотів та обслуговування авіа доставки вантажів і багажу.

В перспективі важливим аспектом досліджень є питання управління та оцінювання якості сервісної діяльності в авіаційній галузі у розрізі виділених складових з використанням відповідної системи критеріїв і показників.

Список використаних джерел:

1. Дудник, І., Борисюк, О., Сайчук, В. Особливості менеджменту якості авіаційних послуг в туризмі. *Економіка та суспільство*. 2023. № 51. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-62>

2. Dokiienko L., Osmak V., Triukhan O. Passenger service on the aircraft board as a component of the airline's image and competitiveness. *Economy: realities of time*. 2023. № 2 (66). С. 26-35. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8154926>

3. Law C.C. A practical guide to airline customer service: From airline operations to passenger service. Publisher: Brown Walker Press, 2019. 302 p. URL: <http://www.bookpump.com/bwp/pdf-b/7346937b.pdf>
4. Lawrence H.A. Airport customer experience performance and standards manual. 2021. 168p. <https://www.panynj.gov/content/dam/airports/pdfs/cx-performance-standards-manual.pdf>
5. Li L., Wu Y., Han R. & Li C. Airline service quality: a variance assessment method based on complaint statistics. *Journal of Service Science and Management*. 2022. № 15. P.416-436. <https://doi.org/10.4236/jssm.2022.154025>
6. Логістичні концепції розвитку аеропортів: монографія / за наук. ред. М.Ю. Григорак та Л.В. Савченко. – К.: Логос, 2017. – 384 с.
7. Sukwadi R., Susanto A. & Liang Y.C. Airline service quality evaluation for Indonesian low-cost carriers based on Extenics innovation theory. *Archives of Transport*. 2021. 58(2). P.7-20. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0014.8794>
8. Al Awadh M. Assessing the Quality of Sustainable Airline Services Utilizing the Multicriteria Decision-Making Approach. *Sustainability*. 2023. № 15 (9). P.1-19. <https://doi.org/10.3390/su15097044>
9. Kungwola K. Airline service quality improvement approach for Thai Airways during the rehabilitation. *Web of Conferences*. 2023. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202338905012>
10. Namukasa J. The influence of airline service quality on passenger satisfaction and loyalty: The case of Uganda airline industry. *The TQM Journal*. 2013. № 25 (5). P.520-532. <https://doi.org/10.1108/TQM-11-2012-0092>
11. Park S., Lee JS., & Nicolau JL. Understanding the dynamics of the quality of airline service attributes: Satisfiers and dissatisfiers. *Tourism Management*. 2020. № 81. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104163>
12. Ведмідь Н.І. Термінологічні підходи до визначення категорії «Сервіс» та його роль в економіці країн. *Економічний часопис-XXI*. 2012. Випуск 3-4. С. 49-52.
13. Patel S. Ways on How to Increase Customer Loyalty. URL: <https://www.revechat.com/blog/increase-customer-loyalty/>
14. Chinn A. The Top 5 Most Important Customer Service Standards, According to Consumers. URL: <https://blog.hubspot.com/service/customer-service-standards#:~:text=Be%20responsive%20to%20customer%20inquiries.,of%20consumers%20value%20the%20most.>
15. An exploratory research study: customer experience and customer self-support. URL: <https://www.higherlogic.com/blog/15-customer-self-service-and-experience-stats-to-know-2020/>
16. Airports Council International. URL: <https://www.aci-europe.org>
17. Share of airports worldwide expecting to trial new technologies in the next three years. URL: <https://www.statista.com>
18. Кононенко О. 11 маркетингових каналів для отримання клієнтів у 2022 році. URL: <https://iampm.club/ua/blog/11-marketingovih-kanaliv-dlya-otrimannya-kljektiv-u-2022-roczj/>

References:

1. Dudnyk I., Borysiuk O. & Saichuk V. (2023). Specific features of quality management of aviation services in tourism. *Economy and society*, 51. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-62>
2. Dokiienko L., Osmak V. & Triukhan O. (2023). Passenger service on the aircraft board as a component of the airline's image and competitiveness. *Economy: realities of time*. 2(66). pp. 26-35. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8154926>
3. Law C.C. A practical guide to airline customer service: From airline operations to passenger service. Publisher: Brown Walker Press, 2019. 302 p. URL: <http://www.bookpump.com/bwp/pdf-b/7346937b.pdf>
4. Lawrence H.A. Airport customer experience performance and standards manual. 2021. 168p. <https://www.panynj.gov/content/dam/airports/pdfs/cx-performance-standards-manual.pdf>
5. Li L., Wu Y., Han R. & Li C. (2022). Airline service quality: a variance assessment method based on complaint statistics. *Journal of Service Science and Management*. 15. pp. 416-436. <https://doi.org/10.4236/jssm.2022.154025>
6. Logistical concepts of airport development: monograph / by science. ed. M. Yu. Hryhorak and L. V. Savchenko. Kyiv: Logos, 2017. 384 p.
7. Sukwadi R., Susanto A. & Liang Y.C. (2021). Airline service quality evaluation for Indonesian low-cost carriers based on Extenics innovation theory. *Archives of Transport*. 58(2). pp.7-20. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0014.8794>
8. Al Awadh M. (2023). Assessing the Quality of Sustainable Airline Services Utilizing the Multicriteria Decision-Making Approach. *Sustainability*, 15(9), pp. 1-19. <https://doi.org/10.3390/su15097044>
9. Kungwola K. (2023). Airline service quality improvement approach for Thai Airways during the rehabilitation. *Web of Conferences*. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202338905012>
10. Namukasa J. (2013). The influence of airline service quality on passenger satisfaction and loyalty: The case of Uganda airline industry. *The TQM Journal*. 25(5). pp.520-532. <https://doi.org/10.1108/TQM-11-2012-0092>
11. Park S., Lee JS. & Nicolau JL. (2020). Understanding the dynamics of the quality of airline service attributes: Satisfiers and dissatisfies. *Tourism Management*. 81. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104163>

-
12. Vedmid' N.I (2012). Terminological approaches to the definition of the "Service" category and its role in the economy of countries. Economic magazine-XXI, Issue 3-4, pp. 49-52.
 13. Patel S. (2023). Ways on How to Increase Customer Loyalty. URL: <https://www.revechat.com/blog/increase-customer-loyalty/>
 14. Chinn A. The Top 5 Most Important Customer Service Standards, According to Consumers. URL: <https://blog.hubspot.com/service/customer-service-standards#:~:text=Be%20responsive%20to%20customer%20inquiries.,of%20consumers%20value%20the%20most.>
 15. An exploratory research study: customer experience and customer self-support. URL: <https://www.higherlogic.com/blog/15-customer-self-service-and-experience-stats-to-know-2020/>
 16. Airports Council International. URL: <https://www.aci-europe.org>
 17. Share of airports worldwide expecting to trial new technologies in the next three years. URL: <https://www.statista.com>
 18. Kononenko O. 11 marketing channels for obtaining customers in 2022. URL: <https://iampm.club/ua/blog/11-marketingovih-kanaliv-dlya-otrimannya-klijentiv-u-2022-roczy/>