

12. Хозяйственный механизм авиатранспортных предприятий: учеб. пособие. Ч. I. Авиакомпания / под ред. В.П. Маслакова. – Санкт-Петербург: Питер, 2019. – 368 с.

13. Фридлянд А.А. Стоимость авиаперевозок и доходы населения: социальный аспект. Комментарий к показателям авиаперевозок, материалы АЭВТ. – Москва, 2020. – 7 с.

**Рубрика: Экономика**

УДК 338.4: 656.7

## **АНАЛИЗ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, НАПРАВЛЕННЫХ НА ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПАССАЖИРОВ КАЧЕСТВОМ ОБСЛУЖИВАНИЯ В АЭРОПОРТУ**

**А.В. Мамлёва**

бакалавр

**И.А. Шеромова**

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

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса  
Владивосток, Россия*

*В статье рассматриваются теоретические и практические аспекты удовлетворенности пассажиров качеством предоставляемых услуг. Основная цель исследования – разработка предложений по совершенствованию качества предоставления авиационных услуг. В работе выявлены основные направления повышения удовлетворенности и качества обслуживания пассажиров.*

**Ключевые слова и словосочетания:** качество, услуга, удовлетворенность, аэропорт, пассажиры, инновационные технологии.

## **ANALYSIS OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES AIMED AT INCREASING THE LEVEL OF PASSENGER SATISFACTION WITH THE SERVICE QUALITY AT THE AIRPORT**

*The article discusses the theoretical and practical aspects of passenger satisfaction with the quality of services provided. The main goal of the research is to develop proposals for improving the quality of aviation services. The paper identifies the main directions for improving the satisfaction and quality of passenger service.*

**Keywords:** airport, passengers, service, quality, satisfaction, innovative technologies.

Для любого предприятия, оказывающего услуги населению, в том числе и для аэропорта, качественный сервис – один из наиболее значимых факторов успешной деятельности и дальнейшего развития. Для аэропорта, в силу того, что он изначально является высокотехнологичным предприятием, внедрение различных технологических инноваций есть неотъемлемая часть их функционирования. В условиях достаточно жесткой конкуренции и борьбы за потребителя аэропорты вынуждены заботиться о постоянном повышении уровня сервиса.

Однако, к большому сожалению, руководством того или иного аэропорта это учитывается далеко не всегда, что закономерно влечет за собой появление проблем с удовлетворенностью пассажиров качеством обслуживания. Так, отмечается неудовлетворенность, как из-за отсутствия качественных услуг, так и из-за отсутствия желаемых услуг в зонах ожидания.

Целью данного исследования является: анализ инновационных технологий, внедрение которых может обеспечить повышение уровня удовлетворенности пассажиров качеством обслуживания в аэропорту.

В соответствии с данной целью были поставлены задачи исследования:

– проанализировать и систематизировать факторы и критерии удовлетворенности пассажиров качеством услуг, предоставляемых в аэропорту, и определить возможные пути ее повышения;

– провести анализ инновационных технологий, обеспечивающих повышение удовлетворенности пассажиров качеством сервиса в аэропорту, и оценить возможности их внедрения в российских аэропортах

Объектом исследования данной работы является удовлетворенность пассажиров качеством услуг в аэропорту. В свою очередь, предметом настоящего исследования выступают инновационные технологии, обеспечивающие повышение удовлетворенности пассажиров услугами в аэропортах.

Методологической основой исследования являются теоретические методы, такие как анализ и изучение специальной литературы, нормативно-правовой документации и метод сравнительного анализа.

Научная новизна результатов исследования заключается в обосновании выбора методов исследования удовлетворенности пассажиров качеством предоставляемых услуг в аэропорту и систематизации информации, касающейся возможностей и проблем их применения в практике деятельности аэропорта. Кроме того, в работе показаны пути повышения качества услуг, и, как следствие, обеспечения удовлетворенности пассажиров на основе использования инновационных технологий при их обслуживании в аэропорту.

Одним из распространенных определений понятия «удовлетворенность» является определение, рассматривающее данное понятие как чувства или эмоции, испытываемые потребителем после совершения покупки или после пользования (эксплуатации) в отношении товара, а применительно к услуге - после ее получения. Важным фактором в этом случае выступает факт превышения ожиданий потребителей в качестве продукта (товара или услуги) и/или сервиса, а также их стоимости. Именно данный факт позволяет мотивировать клиента на совершение повторных покупок и получить лояльного потребителя. Все это свидетельствует о том, что необходим постоянный мониторинг (исследование) уровня удовлетворенности клиента и изыскание путей ее повышения.

Процесс исследования удовлетворенности потребителей способствует не только измерению уровня удовлетворенности продуктом в целом и выявлению несоответствий в представлениях персонала компании об ожиданиях клиентов с их реальными запросами, но и

позволяет выявить первостепенные объекты и направления для совершенствования системы взаимоотношений с клиентами, а также ценности потребителей и факторы влияния на уровень их удовлетворенности.

Исследование удовлетворенности потребителей невозможно без определения критериев ее оценки. В связи с чем необходимо рассмотреть критерии удовлетворенности пассажиров качеством обслуживания, в качестве которых могут быть приняты следующие факторы:

- наличие квалифицированного обслуживающего персонала;
- наличие необходимой информации об оказываемых услугах;
- наличие технического оборудования для обслуживания пассажиров;
- приемлемое время выполнения услуг при обслуживании пассажиров.

Немаловажным аспектом оценки уровня удовлетворенности клиентов является выбор методов исследования. Принято выделять следующие типы исследований, используемых для оценки удовлетворенности потребителей:

- поисковое или разведочное;
- описательное или дескриптивное;
- причинно-следственное или каузальное.

Поисковое исследование – это сбор вторичной информации о потребителях. Именно с этого типа исследования и надо начинать изучать удовлетворенность клиентов. Но обычно этих данных недостаточно для принятия решения, и в этом случае могут помочь описательные исследования. Их проводят с помощью опроса или наблюдения. Анкета, как инструмент опроса, составляется с целью выявления причин удовлетворенности или неудовлетворенности потребителей, скрытых мотивов совершения покупки и определения отношения клиента к компании, ее продукции или бренду [1].

Для оценки удовлетворенности пассажиров качеством услуг при проведении описательного исследования подходят пять основных методов и методик, отличающихся своими подходами к оценке качества: методика «Таинственный покупатель» (Mystery Shopping, Secret Shopper); метод Кано; методика SERVQUAL; метод SERVPERF; метод INDSERF [2].

Применение каждого из названных методов и методик обеспечивает возможность исследования определенных аспектов удовлетворенности авиапассажиров. Методика «Таинственный

покупатель» (Mystery Shopping, Secret Shopper) позволяет оптимально и наиболее объективно выявить и проанализировать как сильные, так и слабые места работы с пассажирами, а также взглянуть на сервис компании глазами заинтересованного потребителя. Метод Кано обеспечивает определение характера отношения потребителей к различным характеристикам сервиса (продукта), что позволяет определить главные точки приложения усилий во взаимоотношениях с потребителем, которые дадут наибольший результат. Методика SERVQUAL выступает системой раннего предупреждения наметившихся негативных изменений, обеспечивая управляющих сведениями о реальных долгосрочных тенденциях внутри компании; позволяет оценить эффективность и производительность сервиса. Метод SERVPERF – позволяет избежать негативного воздействия дифференциального подхода на достоверность данных, полученных в результате применения метода. Для этого из процедуры измерения качества сервиса исключена стадия измерения ожиданий потребителей. Метод INDSERV позволяет рассчитывать индекс качества сервиса (простой и взвешенный), при условии включения в опросник необходимости ранжирования потребителем показателей по степени важности [3].

Таблица 1

**Сравнительная таблица областей применения и основных преимуществ/ недостатков методов оценки качества сервиса**

Метод	Наиболее важные области применения	Ограничения по использованию и недостатки
«Таинственный покупатель»	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Выявление влияния различных параметров сервиса на удовлетворенность потребителя</li> <li>- Выявление потребностей клиентов для разработки новых продуктов</li> <li>- Анализ действий сотрудников и их взаимосвязь с удовлетворенностью потребителей</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ простая и доступная анкета</li> <li>+ секретность и неожиданность проверки</li> <li>- высокая стоимость исследования</li> <li>- предварительная работа с «покупателями»</li> </ul>
Метод Кано	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Выявление влияния различных параметров сервиса на удовлетворенность потребителя.</li> <li>- Проведение сегментирования рынка по потребностям потребителей.</li> <li>- Проведение поисковых исследований.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Высокая степень информативности результатов.</li> <li>- Необходима тщательная проработка анкеты, особенно самих вопросов.</li> <li>- Возможно, необходима дополнительная подготовка интервьюеров.</li> </ul>
Метод SERVQUAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Оценка качества сервиса в потребительском секторе (B2C), если есть необходимость оценить ожидания потребителей. – Периодический контроль качества сервиса на основе однажды определенных параметров. – Получение данных для бенчмаркинга с конкурентами.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Простая и доступная анкета. + Наглядный результат в виде индекса. – Существование эмпирических доказательств отсутствия взаимосвязи между оценкой качества сервиса и удовлетворённостью потребителя, в основном в B2B секторе.</li> <li>- Психометрические свойства измерений (зависимость между ожиданиями и последующим восприятием).</li> <li>- Использование разностей между ожиданиями и восприятием для оценки.</li> </ul>
Метод SERVPERF	<ul style="list-style-type: none"> <li>- оценка качества сервиса (B2C), если нет необходимости оценить ожидания потребителей.</li> <li>- Периодический контроль качества сервиса на основе однажды определенных параметров.</li> <li>- Получение данных для бенчмаркинга с конкурентами.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Простая анкета.</li> <li>+ Наглядный результат в виде индекса.</li> <li>+ Наиболее очевидный и простой способ измерения качества сервиса — его восприятие.</li> </ul>
Метод INDSERV	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Оценка качества сервиса в корпоративном секторе (B2B).</li> <li>- Периодический контроль качества сервиса на основе однажды определенных параметров.</li> <li>- Получение данных для бенчмаркинга с конкурентами.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Наглядный результат в виде индекса.</li> <li>+ Наиболее подходящий метод для сектора B2B.</li> <li>- При использовании необходимо проведение дополнительного поискового исследования для оценки применимости (в связи с небольшим количеством эмпирических исследований на основе метода).</li> </ul>

Таким образом, результаты анализа методов исследования удовлетворенности пассажиров, приведенные в таблице 1, обеспечивают возможность рационального выбора метода для определения комплекса проблем и направлений для их решения. [4]

Основная задача аэропорта сводится к удовлетворению потребностей пассажиров и оказанию общественно-значимых услуг. Однако, как показывает анализ, данная задача не всегда решается успешно, и уровень удовлетворенности пассажиров качеством услуг в аэропорту недостаточно высок. Основными причинами неудовлетворенности пассажиров являются низкий уровень технологических трендов, а также качество обслуживания в аэропорту.

Анализ лучших практик преодоления описанных проблем показал, что одним из путей их решения является внедрение инновационных технологий при предоставлении услуг в аэропорту.

В связи с этим проведен анализ и предложены различные инновационные технологии, которые позволят улучшить качества обслуживания в аэропортах и, соответственно, повысить уровень удовлетворенности пассажиров (табл. 2).

Таблица 2

### Технологические тренды в аэропортах для улучшения качества обслуживания

Инновации	Характеристика	Эффект, достигаемый при применении
Биометрия	Пассажиру нужно всего лишь отсканировать свой документ у киоска самостоятельной регистрации. На посадку он проходит через специальные турникеты с фотокамерами, которые сравнивают снимок с исходными паспортными данными.	Снижение затрат времени на выполнение процедуры проверки документов
Информационные маячки	По всему аэропорту установлены передатчики, которые отслеживают передвижение пассажира и посылают по Bluetooth на его смартфон информацию о нужных стойках регистрации, выходах на посадку, ресторанах, магазинах и т.д. Система также составит оптимальный маршрут до точки назначения и рассчитает время до гейта. Такая технология особенно актуальна для аэропортов с несколькими терминалами, в которых время перехода имеет очень большое значение для транзитных пассажиров.	Повышение уровня комфортности пребывания пассажира в зоне ожидания и снижение риска его опоздания на регистрацию и посадку.
<b>Терминалы самообслуживания.</b>	Новые терминалы позволяют пассажирам самостоятельно регистрироваться на рейсы, распечатывать посадочные талоны, зарегистрировать свой багаж и многое другое.	Уменьшает время, затрачиваемое на регистрацию, предотвращает появление очередей и конфликтных ситуаций.
Технологии для отслеживания багажа	Каждый чемодан оказывается на погрузочной площадке уже через 10 минут. Система легко пересылает багаж во время стыковки рейсов.	Снижение риска утери багажа и уменьшение затрат времени на его погрузку.

Следует отметить, что данные технологии на настоящий момент уже широко используются в крупнейших аэропортах мира и доказали свою эффективность. Они помогают пассажирам чувствовать себя защищенными, экономят как время пассажира, так и время работников аэропорта. Бесспорно, каждая из предложенных инноваций найдет применения в любом аэропорту и улучшит качество обслуживания пассажиров. [5]

1. ГОСТ 15467-79. Управление качеством продукции. Основные понятия. Термины и определения (с Изменением № 1). – Москва:Стандартинформ, 2009. – 22с.

2. Белобжецкий В.Н. Методы оценки качества услуг // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. – 2012. – № 1. – С. 374–379.

3. Белобжецкий, В.Н. Теоретические и методологические основы оценки качества сервиса на автомобильном транспорте: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – Москва, 2012. – 29 с.

4. Тамоян П. Г. Методы оценки эффективности управления качеством инновационного проекта: дис.... канд. экон. наук: 08.00.05. – М., 2011. – 189 л.

5. Современная авиация России [Электронный ресурс]. – URL: <https://aviation21.ru/innovacii-v-aeroportax-mira-vsyo-dlya-komforta-passazhirov/>