

проведення відкритих консультацій із зацікавленими сторонами в процесі вироблення рішень щодо внесення змін в систему регулювання чи напрямів розвитку цивільної авіації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Все об украинской авиации: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.wing.com.ua/>
2. Украинский авиационный портал: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.aviation.com.ua/>
3. Офіційні статистичні матеріали Державного комітету статистики України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.avia.gov.ua/>
4. Офіційний сайт Міжнародні Авіалінії України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.flyuia.com/ua/>
5. Офіційний сайт АероСвіт: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.aerosvit.ua/>

УДК 338.5(045)

М.М. Петренко

НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЯКОСТІ ПОСЛУГ АЕРОПОРТУ

На основі аналізу якості послуг аеропортів виявлені розбіжності між очікуваннями пасажирів і реально наданими послугами. Модифіковано методика «SERVQUAL» для оцінки рівня задоволеності пасажирів та удосконалення номенклатури й якості авіаційних і неавіаційних послуг.

На основе анализа качества услуг аэропортов обнаружены расхождения между ожиданиями пассажиров и реально предоставленными услугами. Модифицирована методика «SERVQUAL» для оценки уровня удовлетворенности пассажиров и усовершенствования номенклатуры и качества авиационных и неавиационных услуг.

On the basis of analysis of quality of services of air-ports are founded out divergences between expectations of passengers and really given services. The method of «SERVQUAL» is modified for the estimation of level of satisfaction of passengers and improvement of nomenclature and quality of aviation and unaviation services

Постановка проблеми у загальному вигляді. Основною метою діяльності всіх аеропортів є задоволення зростаючих потреб пасажирів та авіаційної клієнтури. Узагальненою характеристикою якості послуг аеропорту, в остаточному підсумку, є задоволеність або незадоволеність авіапасажира цією послугою. Задоволеність або незадоволеність авіапасажира, у свою чергу, є інтегральним показником якості здійснення всього комплексу взаємозалежних процесів створення, надання й споживання авіаційних та неавіаційних послуг.

Проблема якості послуг є порівняно новою й недостатньо розробленою. Незважаючи на те, що ще в 1987 році Міжнародною організацією по стандартизації були прийняті стандарти якості продукції й послуг, при впровадженні цієї версії стандартів відразу виявилось недостатнє відбиття в них вимог до якості послуг [1]. Крім того, стандарти тільки встановлюють вимоги до якості, але не визначають, яким чином їх виконувати, залишаючи рішення цієї проблеми безпосереднім виробникам послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми. Проведений аналіз досліджень і публікацій виявив, що на сьогоднішній день проблемі якості послуг та процесу обслуговування приділяється достатня увага. Проте, найчастіше це дослідження загальної теорії маркетингу сфери послуг [2, 3]. Значно рідше зустрічаються дослідження певних галузей сфери послуг: туристичної, банківської, культурної тощо. Опублікованих теоретичних досліджень проблеми формування якості послуг аеропорту, у тому числі якості їхнього споживання, на сьогоднішній день майже нема, хоча значимість подібних досліджень, їхня необхідність і актуальність зовсім очевидні.

Ціллю даної статті є аналіз стану та якості послуг аеропорту з точки зору пасажирів та розробка рекомендацій щодо підвищення якості послуг, які надає аеропорт.

Основний матеріал дослідження. Основним завданням забезпечення якості послуг аеропорту є задоволення або перевищення очікувань пасажирів. Очікуваний рівень послуги ґрунтується на запитах споживача й власному його досвіді, інформації, одержаної від засобів масової інформації та сторонніх осіб, родичів і друзів. Задоволення потреб залежить від різниці між послугою, що пасажирів очікують одержати, і послугою, що вони одержали в дійсності.

Проведені ґрунтовні дослідження показали, що існує велика різниця між якістю послуг аеропорту, тобто відповідністю певним стандартам якості, та задоволеністю пасажирів, тобто відповідністю їх потребам. Адже, згідно стандарту ISO 9001:2000, наприклад, аеропорт «Бориспіль» повністю відповідає його вимогам, проте, згідно опитування пасажирів, особливо це стосується порівняльного аналізу з іншими аеропортами світу, аеропорт «Бориспіль» знаходиться в числі «аутсайдерів», тобто аеропортів, що надають найгірший рівень обслуговування пасажирів.

Проведений аналіз показав, що у літературі зустрічається величезна кількість дискусій і суперечок з приводу відмінності понять «якість послуги» і «задоволеність».

Представники школи якості послуг вважають задоволеність першоджерелом якості – на їх думку, з часом задоволеність окремими

випадками користування послугою «розпадається» до найбільш загального уявлення про її якість. Представники школи задоволеності дотримуються протилежної точки зору, вважаючи, що часткові оцінки якості послуги ведуть до формування найбільш загального відношення до послуги, яке вони називають «задоволеністю». Варто відзначити, що в обох концепціях очікуванням відводиться ключова роль.

Дослідники А. Парасураман, В. Зейтамль і Л.Берри розробили модель якості послуги, у якій знайшли своє відбиття основні вимоги до очікуваної якості послуг [6]. Однією з найбільш популярних моделей виявлення та усунення невідповідностей між очікуваним та отриманим обслуговуванням є "GAP-аналіз", або "модель розбіжностей".

Центральним елементом GAP-моделі є «споживча розбіжність», що полягає в неспівпадінні споживчих очікувань і сприйняття послуги. Відповідно, головним завданням аеропорту повинно бути скорочення даної розбіжності з метою задоволення потреб пасажирів. Суть представленої моделі полягає у визначенні стратегій і процесів, які аеропорт може використовувати для досягнення переваг в обслуговуванні пасажирів. Проста за задумом концепція, проте, обертається складністю застосування її на практиці. Елемент "сприйняття послуги" фактично є функцією безлічі змінних, як керованих з боку аеропорту, так і некерованих. І виходить, що розглянута вище "елементарна" розбіжність – тільки вершина айсберга. Насправді, структура моделі доповнюється додатковими розбіжностями:

1. Розбіжність між очікуваннями пасажирів щодо якості послуг аеропорту і реакцією керівництва аеропорту на ці очікування. Керівництво аеропорту не завжди правильно представляє, чого хочуть пасажирів або як вони оцінюють компоненти послуги.

2. Розбіжність між розумінням керівництвом аеропорту очікувань пасажирів і процесом впровадження системи якості в аеропорту. В аеропорту можуть бути відсутні стандарти якості на послуги, що надаються, або вимоги до них можуть бути сформульовані досить розпливчасто. Навіть тоді, коли ці вимоги визначені чітко й недвозначно, вони можуть виявитися нереальними для виконання, а керівництво не вживати необхідних заходів щодо підтримки відповідного рівня якості.

3. Розбіжність між запровадженою керівництвом аеропорту системою якості та якістю наданих послуг. Ця розбіжність може бути викликана багатьма факторами. Наприклад, незадовільною підготовкою персоналу, його перевантаженістю роботою, низьким моральним станом службовців тощо.

4. Розбіжність між надаваними послугами й зовнішньою інформацією. На очікування пасажирів впливають обіцянки, які містяться в рекламних та інших інформаційних джерелах. Якщо в рекламі зображено одне приміщення аеропорту чи його складової частини, а в результаті

пасажери бачать зовсім інше гіршої якості, причиною незадоволеності буде невідповідність між змістом реклами й реальністю.

5. Розбіжність між очікуваннями пасажирів та їхнім сприйняттям отриманих послуг виникає тоді, коли має місце одна або більше з попередніх розбіжностей. Звідси стає ясно, чому аеропортам так важко забезпечувати очікувану пасажирами якість послуг.

Очікування пасажирів щодо якості або підтверджуються, або ні. Останнє веде до незадоволеності пасажирів якістю послуг аеропорту та до відтоку пасажирів і авіакомпаній (у разі наявності альтернативного аеропорту), що, в свою чергу, призводить до втрат прибутків та до ще більших витрат для відновлення іміджу аеропорту. Підтвердження очікувань веде до лояльності пасажирів та авіакомпаній, що забезпечує довгостроковий успіх аеропорту за рахунок стабільної прибутковості та за рахунок скорочення витрат на залучення нових клієнтів [4].

Отже, якість послуг аеропорту істотно залежить від процесу порівняння пасажиром своїх очікувань до споживання цих послуг з безпосереднім сприйняттям якості послуг аеропорту в момент і після їх споживання. Сприйняття якості послуг аеропорту пасажиром у момент їх споживання відбувається по двох головних аспектах: ЩО пасажир одержує від послуг аеропорту (технічний аспект якості) і ЯК пасажир одержує послуги аеропорту (функціональний аспект якості) [5].

Дослідження показали, що пасажери оцінюють функціональні і технічні аспекти якості послуг аеропорту за п'ятьма основними критеріями:

1. Матеріальність (доступність аеропорту, інфраструктура, інтер'єри приміщень, перелік неавіаційних послуг, інформаційне забезпечення).

2. Надійність (безпека в аеропорту, точність вильоту та прильоту за розкладом, збереженість багажу та ручної поклажі).

3. Чуйність (щире бажання допомогти пасажирові та швидкість проходження передпольотних та післяпольотних формальностей).

4. Переконавання (компетентність, відповідальність, упевненість і ввічливість обслуговуючого персоналу аеропорту).

5. Співчуття (вираз турботи та індивідуальний підхід до пасажирів, які цього потребують: інваліди, пасажери з дітьми, VIP-пасажери тощо).

Для вимірювання п'яти критеріїв якості послуг аеропорту може бути успішно використана адаптована методика «SERVQUAL» (аббревіатура від «Service quality» або «якість послуги») [7]. Суть найпростішого підходу до дослідження якості послуг аеропорту складається з двох частин. Спочатку споживачів за допомогою п'яти- або семибальної шкали Лайкерта (повністю не згоден – повністю згоден) просять висловити свої загальні очікування відносно п'яти вищеперелічених критеріїв якості послуг аеропорту. Потім, за допомогою аналогічної шкали, споживачів просять висловити свої

специфічні сприйняття тих же п'яти критеріїв якості послуг, але вже в конкретному обстежуваному аеропорту. Результати анкетування порівнюються з метою розрахунку п'яти коефіцієнтів якості «Q»: матеріальність, надійність, чуйність, переконання, співчуття, які є цифровим виразом стану якості. Кожен з п'яти коефіцієнтів якості «Q» може вимірюватися декількома підкритеріями.

З урахуванням вищесказаного, концепцію якості послуг аеропорту, засновану на методиці «SERVQUAL» та з використанням «моделі розбіжностей», можна представити наступним чином (рис. 1).

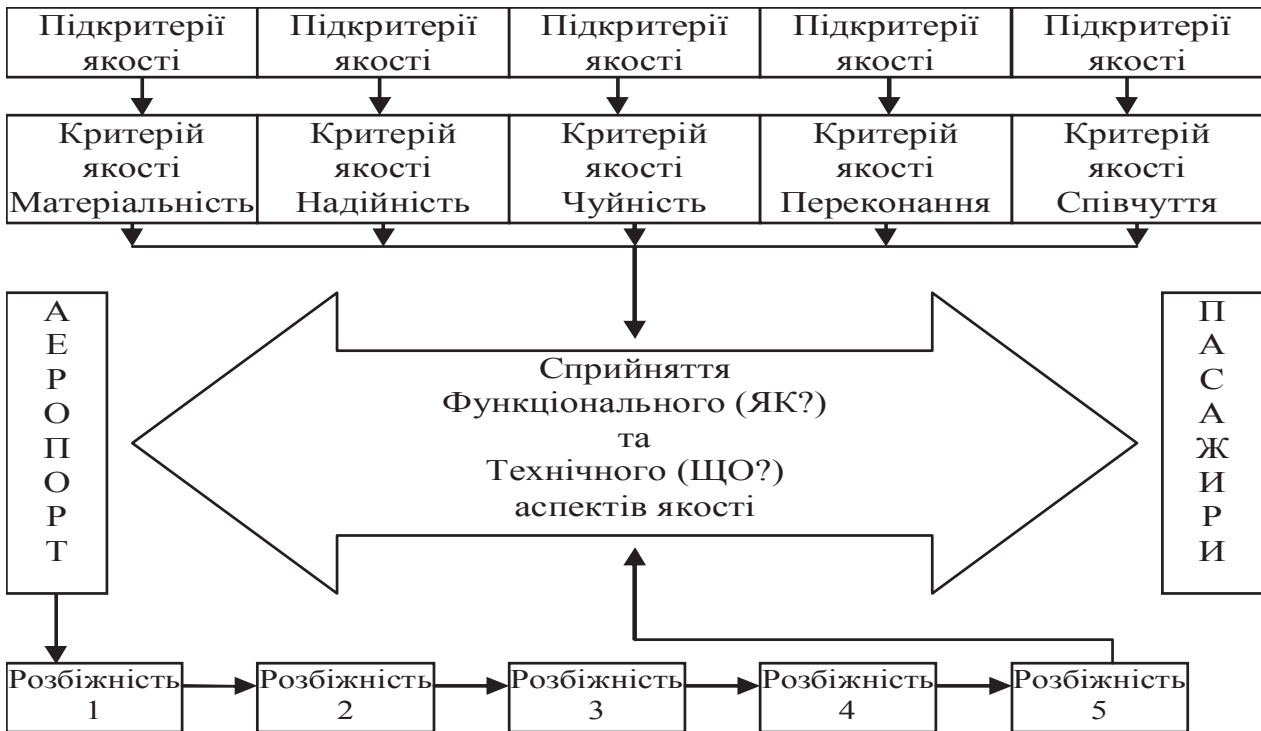


Рисунок 1. Концепція якості послуг аеропорту і критеріїв їх оцінки

Результати дослідження якості за допомогою методики «SERVQUAL» інтерпретуються таким чином. Нульове значення якогонебудь з коефіцієнтів якості означає збіг рівня очікування якості та рівня сприйняття якості по цьому критерію або підкритерію. Від’ємні значення вказують на те, що рівень очікувань перевищує рівень сприйняття. Нарешті, позитивні значення вказують на те, що сприйняття якості вище за рівень очікувань.

Успішним результатом вважаються позитивні і нульові значення коефіцієнтів якості. Задовільним результатом вважаються від’ємні коефіцієнти якості, що максимально наближуються до нульового значення.

Незадовільним результатом вважаються від'ємні коефіцієнти якості, що віддаляються від нульового значення.

На наш погляд, вищевикладена методика SERVQUAL має істотний потенціал для вимірювання якості послуг аеропорту. Тому керівництву аеропорту необхідно взяти до уваги запропоновану методику, яка дасть можливість визначити очікування пасажирів, звести до мінімуму розбіжності між очікуваною та наданою якістю послуг та підвищити рівень задоволеності.

Висновки. Безумовно, неможливо забезпечити бездоганне виконання всіх послуг, які пропонує аеропорту та задовольнити всі примхи пасажирів, які зростають з дня у день. Проте, спроба зрозуміти, яким чином поліпшення конкретних показників якості послуги вплине на задоволеність, залишається важливим питанням, що вимагає рішення, оскільки це допоможе сфокусувати велику частину ресурсів на пріоритетних критеріях, поліпшення яких зробить найбільший вплив на оцінку пасажирів. Це, у свою чергу, дасть можливість аеропорту задовольняти потреби своїх пасажирів з мінімальними витратами та з максимальною ефективністю.

ЛІТЕРАТУРА

1. Стандартизация и сертификация в сфере услуг [Текст] : учеб. пособие / [Раков А. В. и [др.]; под ред. А. В. Ракова. - М. : Мастерство : Академия, 2002. – 207с.
2. Стаханов В.Н. Маркетинг сферы услуг [Текст] : учеб. пособие / В.Н. Стаханов, Д.В. Стаханов. – М. : ПРИОР : Эксперт. бюро, 2001. – 155 с.
3. Управление и организация в сфере услуг :Теория и практика [Текст] / Кенгиз Хаксевер, Барри Рендер, Роберта С. Рассел, Роберт Г. Мердик. – СПб. : Питер, 2002. – 751с.
4. Berry, L. L. Relationship marketing. In Emerging Perspectives on Services Marketing [Text] / L. L. Berry. – American Marketing Association. Chicago. – 1983. – III. P. 25-28.
5. Gronroos C. A service quality model and its marketing implications [Text] / C. Gronroos // European Journal of Marketing. – 1991. – Vol. 18. – № 4. – P. 36-44.
6. Parasuraman A. A conceptual model of service quality and its implications for future research [Text] / A. Parasuraman, V. Zeithaml & L. Berry // Journal of Marketing. – 1985. – Vol. 49 (Fall). – P. 41-50.
7. Parasuraman A., Berry L., Zeithaml V. SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring customer perceptions of service quality [Text] / A. Parasuraman, L. Berry, V. Zeithaml // Journal of Retailing. – 1988. – Vol. 69 (Spring). – P. 12-40.