

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет транспорту, менеджменту і логістики
Кафедра логістики

ЗАТВЕРДЖУЮ
В.о. завідувача кафедри логістики

Світлана СМЕРІЧЕВСЬКА
(підпис, власне ім'я та прізвище)

«01» червня 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ЗДОБУВАЧА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ

«БАКАЛАВР»

ТЕМА: «Управління якістю обслуговування авіапасажирів з використанням інноваційних технологій»

зі спеціальності 073 «Менеджмент»
(шифр і назва)
освітньо-професійна програма «Авіаційна логістика»
(шифр і назва)
форма навчання денна

Здобувач: Демченко Максим Сергійович
(прізвище, ім'я та по батькові) (підпис, дата)

Науковий керівник: Марчук Володимир Єфремович
(прізвище, ім'я та по батькові) (підпис, дата)

Нормоконтролер: Марчук Володимир Єфремович
(прізвище, ім'я та по батькові) (підпис, дата)

*Засвідчую, що у цій кваліфікаційній роботі
немає запозичень з праць інших авторів
без відповідних посилань*

Максим ДЕМЧЕНКО
(підпис) (власне ім'я та прізвище здобувача)

Київ 2024

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет транспорту, менеджменту і логістики
Кафедра логістики

Освітнього ступеня бакалавр

Форма навчання

денна

Спеціальність

073 «Менеджмент»

(шифр найменування)

Освітньо-професійна програма

«Авіаційна логістика»

(шифр найменування)

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. завідувача кафедри логістики

Світлана СМЕРІЧЕВСЬКА

(підпис, власне ім'я та прізвище)

«13» травня 2024 р.

ЗАВДАННЯ

НА ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ ЗДОБУВАЧА

Демченко Максима Сергійовича

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи: «Управління якістю обслуговування авіапасажирів з використанням інноваційних технологій» затверджена наказом ректора від 24 квітня 2024 р. № 624/ст.
2. Термін виконання роботи: з 13.05.2024 р. до 16.06.2024 р.
3. Дата подання роботи на випускову кафедру 01.06.2024 р.
4. Вихідні дані до роботи: загальна та статистична інформація авіакомпанії ТОВ «Авіакомпанія Скайап», фінансові показники діяльності авіакомпанії ТОВ «Авіакомпанія Скайап», літературні джерела з управління якістю обслуговування авіапасажирів з використанням інноваційних технологій, інтернет-джерела.
5. Зміст пояснювальної записки: сутність якості логістичного обслуговування споживачів; особливості обслуговування пасажирів авіаційної галузі; світовий ринок інноваційних технологій у сфері обслуговування авіапасажирів; загальна характеристика підприємства; аналіз фінансово-економічного стану; аналіз стану та виявлення проблем якості обслуговування авіапасажирів; основні напрями удосконалення системи якості обслуговування авіапасажирів; впровадження гейміфікованої програми лояльності SkyUp Land з мобільним додатком; економічний ефект практичної реалізації запропонованих рішень.
6. Перелік обов'язкового графічного матеріалу: таблиці, діаграми, графіки, схеми, що ілюструють теперішній стан проблеми та методи їх вирішення.

7. Календарний план – графік

№ п/п	Завдання	Термін виконання	Відмітка про виконання
1	2	3	4
1.	Вивчення та аналіз наукових статей, літературних джерел, нормативно-правової документації, підготовка першого варіанту вступу та теоретичного розділу	13.05.24-16.05.24	виконано
2.	Збір статистичних даних, проведення хронометражу, виявлення, підготовка першого варіанту аналітичного розділу	17.05.24-20.05.24	виконано
3.	Розробка проектних пропозицій та їх організаційно-економічне обґрунтування, підготовка першого варіанту проектного розподілу та висновків. Редагування перших варіантів кваліфікаційної роботи	21.05.24-26.05.24	виконано
4.	Підготовка остаточного варіанта кваліфікаційної роботи, перевірка у нормоконтролера	27.05.24-29.05.24	виконано
5.	Узгодження роботи з науковим керівником, одержання відгуку наукового керівника, отримання допуску до захисту, одержання внутрішньої та зовнішньої рецензій, довідки про успішність	30.05.24-31.05.24	виконано
6.	Подання кваліфікаційної роботи на кафедру логістики	01.06.24	виконано

Здобувач _____
(підпис)

Керівник кваліфікаційної роботи _____
(підпис)

8. Консультанти з окремих розділів роботи:

Розділ	Консультант (посада, П.І.Б.)	Дата, підпис	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 1	д.т.н., професор Марчук В.Є.	13.05.24	13.05.24
Розділ 2	д.т.н., професор Марчук В.Є.	17.05.24	17.05.24
Розділ 3	д.т.н., професор Марчук В.Є.	21.05.24	21.05.24

9. Дата видачі завдання «13» травня 2024 р.

Керівник кваліфікаційної роботи: _____ Володимир МАРЧУК
(підпис керівника) (власне ім'я та прізвище)

Завдання прийняв до виконання: _____ Максим ДЕМЧЕНКО
(підпис здобувача) (власне ім'я та прізвище)

РЕФЕРАТ

Загальний обсяг пояснювальної записки до кваліфікаційної роботи на тему «Управління якістю обслуговування авіапасажирів з використанням інноваційних технологій» складає 87 сторінок та містить 12 рисунків, 10 таблиць, 50 використаних джерела.

АВІАКОМПАНІЯ, ПАСАЖИРИ, ОБСЛУГОВУВАННЯ, ЯКІСТЬ, ЛОГІСТИЧНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ, МОБІЛЬНИЙ ДОДАТОК, ПРОГРАМА ЛОЯЛЬНОСТІ, ІНВЕСТИЦІЇ, ПРОЄКТ.

У кваліфікаційній роботі досліджено сутність якості логістичного обслуговування споживачів, розглянуто особливості обслуговування пасажирів авіаційної галузі, описано світовий ринок інноваційних технологій у сфері обслуговування авіапасажирів.

Проаналізовано діяльність ТОВ «Авіакомпанія Скайап», а саме наведено загальну характеристика підприємства, проведено аналіз фінансово-економічного стану, проаналізовано стан та виявлення проблем якості обслуговування авіапасажирів.

В результаті дослідження були виявлені можливі напрямки удосконалення системи якості обслуговування авіапасажирів ТОВ «Авіакомпанія Скайап». Основною метою цього проекту є розробка і впровадження програми геймфікованої програми лояльності SkyUp_Land та мобільного додатку для клієнтів ТОВ «Авіакомпанія Скайап», розрахунок економічної доцільності даної пропозиції.

Рекомендується використовувати матеріали даної кваліфікаційної роботи під час проведення наукових досліджень, в процесі навчання та в практичній діяльності фахівців логістичних підрозділів.

ABSTRACT

The total volume of the explanatory note to the qualification work on the topic "Managing the quality of air passenger service using innovative technologies" is 87 pages and contains 12 figures, 10 tables, 50 used sources.

AIRLINE, PASSENGERS, SERVICE, QUALITY, LOGISTICS, MOBILE APP, LOYALTY PROGRAM, INVESTMENT, PROJECT.

In the qualification work, the essence of the quality of logistics service to consumers was investigated, the peculiarities of passenger service in the aviation industry were considered, and the world market of innovative technologies in the field of air passenger service was described.

The activity of "Skyap Airlines" LLC was analyzed, namely: the general characteristics of the company are given; an analysis of the financial and economic situation was carried out, the situation was analyzed and problems with the quality of air passenger service were identified.

As a result of the study, possible directions for improving the air passenger service quality system of "Skyap Airlines" LLC were identified. The main goal of this project is the development and implementation of the SkyUp_Land gamified loyalty program and mobile application for clients of Skyup Airlines LLC, and the calculation of the economic feasibility of this proposal.

It is recommended to use the materials of this qualification work during scientific research, in the training process and in the practical activities of specialists of logistics units.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ОБСЛУГОВУВАННЯ АВІАПАСАЖИРІВ	9
1.1 Сутність якості логістичного обслуговування споживачів	9
1.2 Особливості обслуговування пасажирів авіаційної галузі	20
1.3 Світовий ринок інноваційних технологій у сфері обслуговування авіапасажирів	24
Висновки до розділу 1	28
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ СТАНУ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ АВІАПАСАЖИРІВ В ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «АВІАКОМПАНІЯ СКАЙАП» ..	29
2.1 Загальна характеристика підприємства	29
2.2. Аналіз фінансово-економічного стану	33
2.3. Аналіз стану та виявлення проблем якості обслуговування авіапасажирів	42
Висновки до розділу 2	48
РОЗДІЛ 3 УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ АВІАПАСАЖИРІВ В ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «АВІАКОМПАНІЯ СКАЙАП» ..	49
3.1 Основні напрями удосконалення системи якості обслуговування авіапасажирів	49
3.2 Впровадження програми геймфікованої програми лояльності SkyUp_Land та мобільного додатку	57
3.3 Економічний ефект практичної реалізації запропонованих рішень	63
Висновки до розділу 3	70
ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ	72
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ	76
ДОДАТКИ	81

ВСТУП

Управління якістю обслуговування авіапасажирів є важливою складовою успіху сучасних авіакомпаній, особливо в умовах посиленої конкуренції та зростаючих вимог клієнтів. Сьогодні, в епоху швидкого розвитку технологій, важливість інноваційних підходів до управління якістю обслуговування стає ще більш актуальною.

Застосування передових технологій у цій галузі, таких як аналітика даних, штучний інтелект, автоматизація та віртуальна реальність, дозволяє авіакомпаніям покращувати процеси обслуговування та забезпечувати високий рівень задоволення клієнтів. Використання Big Data дозволяє аналізувати величезні обсяги інформації про пасажирів та їхні вимоги, що дозволяє персоналізувати сервіс та підвищувати його якість.

Інші технології, такі як штучний інтелект та автоматизація, дозволяють авіакомпаніям автоматизувати багато процесів, що спрощує життя пасажирів та зменшує ймовірність помилок. Використання віртуальної реальності може покращити взаємодію з пасажиром та надати їм нові можливості в спілкуванні з авіакомпанією.

Таким чином, інноваційні підходи до управління якістю обслуговування авіапасажирів допомагають авіакомпаніям підтримувати високий рівень задоволення клієнтів, забезпечувати конкурентні переваги та зміцнювати своє лідерство на ринку авіаперевезень.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження системи управління якістю обслуговування авіапасажирів з використанням сучасних інноваційних технологій.

Об'єкт кваліфікаційної роботи є управління якістю обслуговування авіапасажирів.

Предмет кваліфікаційної роботи визначений як організація управління якістю обслуговування авіапасажирів та шляхи її покращення з використанням інноваційних технологій.

Основними завданнями кваліфікаційної роботи є:

- описати сутність якості логістичного обслуговування споживачів;
- розглянути особливості обслуговування пасажирів авіаційної галузі;
- описати світовий ринок інноваційних технологій у сфері обслуговування авіапасажирів;
- навести загальну характеристику ТОВ «Авіакомпанія Скайап»;
- провести аналіз фінансово-економічного стану;
- проаналізувати стан та виявлення проблем якості обслуговування авіапасажирів;
- навести основні напрями удосконалення системи якості обслуговування авіапасажирів;
- описати впровадження програми геймфікованої програми лояльності SkyUp_Land та мобільного додатку;
- провести економічний розрахунок ефекту практичної реалізації запропонованих рішень.

При виконанні кваліфікаційної роботи використовувалися загальнонаукові підходи для аналізу та узагальнення інформації, такі як структурно-логічний аналіз. Під час розробки теоретичних, аналітичних та проектних частин використовувалися методи індукції, дедукції, аналізу та узагальнення, а також абстрактно-логічний підхід. Для обґрунтування економічної доцільності проектних пропозицій використовувалися методи прогнозування доходів та оцінки ефективності проекту.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ОБСЛУГОВУВАННЯ АВІАПАСАЖИРІВ

1.1 Сутність якості логістичного обслуговування споживачів

Якість логістичного обслуговування споживачів є важливою складовою загального управління якістю, особливо в контексті авіаційної галузі. Вона охоплює всі аспекти взаємодії між авіакомпанією та її пасажирами, починаючи від бронювання квитків і закінчуючи післяприльотною підтримкою. Сутність якості логістичного обслуговування можна розглядати через призму задоволення потреб і очікувань споживачів, що забезпечується ефективністю та надійністю всіх процесів, пов'язаних з наданням послуг.

В табл. 1.1. представлено основні компоненти якості логістичного обслуговування споживачів в авіаційній галузі.

Таблиця 1.1 – Основні компоненти якості логістичного обслуговування споживачів в авіаційній галузі

№	Назва	Характеристика
1	2	3
1.	Доступність послуг	Це стосується легкості, з якою пасажирів можуть отримати доступ до послуг авіакомпанії, включаючи бронювання квитків, отримання інформації про рейси, та зміну бронювань. Використання сучасних технологій, таких як онлайн-сервіси та мобільні додатки, значно підвищує доступність послуг.
2.	Точність виконання послуг	Точність включає своєчасність рейсів, дотримання розкладу, та точність обробки багажу. Забезпечення точності допомагає уникнути незручностей для пасажирів і покращує їхнє загальне враження від обслуговування.
3.	Комфорт та зручність	Це включає умови на борту літака, якість сидінь, харчування, розважальні системи, та інші послуги, що роблять подорож комфортною та приємною для пасажирів.

Закінчення табл.1.1

1	2	3
4.	Безпека	Забезпечення безпеки пасажирів є найважливішим аспектом якості логістичного обслуговування. Це включає технічну справність літаків, кваліфікацію екіпажу, та дотримання всіх стандартів безпеки та регламентів.
5.	Клієнтоорієнтованість	Орієнтація на клієнта включає персоналізоване обслуговування, уважне ставлення до потреб пасажирів, швидке реагування на запити та вирішення проблем. Це також включає надання інформації та підтримки під час подорожі.
6.	Ефективність	Ефективність включає оптимізацію всіх процесів, що сприяють наданню послуг, мінімізацію витрат та збільшення продуктивності. Ефективне управління ресурсами дозволяє знизити вартість послуг та підвищити їхню якість.
7.	Відповідальність	Відповідальність компанії перед пасажирами включає своєчасне інформування про зміни в розкладі, компенсації у разі затримок або скасування рейсів, та забезпечення прав пасажирів.

Джерело: складено автором на основі [30]

Доступність послуг є ключовим елементом якості логістичного обслуговування споживачів у авіаційній галузі. Це стосується легкості, з якою пасажирів можуть отримати доступ до всіх послуг авіакомпанії, починаючи від бронювання квитків і закінчуючи зміною бронювань. Сучасні авіакомпанії прагнуть забезпечити максимальну зручність для своїх клієнтів, використовуючи різноманітні технологічні рішення. Онлайн-сервіси та мобільні додатки дозволяють пасажирам швидко і зручно бронювати квитки, переглядати розклад рейсів, отримувати оперативну інформацію про зміни та затримки, а також керувати своїми бронюваннями у будь-який час і з будь-якого місця. Доступність таких послуг значно підвищує задоволеність пасажирів, оскільки вони можуть самостійно і без зайвих зусиль управляти своєю подорожжю. Крім того, використання технологій допомагає авіакомпаніям ефективніше обробляти запити клієнтів, зменшувати навантаження на персонал та знижувати витрати на обслуговування. Таким чином, забезпечення високої доступності послуг є важливим аспектом покращення якості обслуговування та зміцнення конкурентних позицій авіакомпаній на ринку [14, с. 90].

Точність виконання послуг є важливою складовою якості логістичного обслуговування в авіаційній галузі. Це поняття включає кілька ключових аспектів, серед яких своєчасність рейсів, дотримання розкладу та точність обробки багажу. Своєчасність рейсів означає, що літаки вилітають і прибувають відповідно до встановленого графіка, що є критично важливим для пасажирів, оскільки будь-які затримки можуть спричинити серйозні незручності, втрату часу та навіть пропущені пересадки. Дотримання розкладу свідчить про організованість та надійність авіакомпанії, що позитивно впливає на довіру пасажирів. Точність обробки багажу включає швидке та безпомилкове завантаження, розвантаження та доставку багажу до відповідних місць. Це допомагає уникнути втрат, затримок та інших проблем, пов'язаних з багажем, що значно підвищує рівень задоволеності пасажирів [2, с. 5].

Забезпечення точності в усіх цих аспектах допомагає уникнути незручностей для пасажирів та покращує їхнє загальне враження від обслуговування. Пасажири, які можуть розраховувати на точність послуг авіакомпанії, відчують себе більш комфортно і спокійно, що сприяє формуванню позитивного іміджу компанії. Крім того, точність виконання послуг має економічні переваги для авіакомпанії, оскільки зменшує витрати, пов'язані з компенсаціями за затримки, втратами багажу та іншими проблемами. Таким чином, точність виконання послуг є невід'ємним елементом успішної діяльності авіакомпаній, який сприяє підвищенню конкурентоспроможності та задоволеності клієнтів.

Комфорт та зручність є важливими аспектами якості логістичного обслуговування в авіаційній галузі, що значно впливають на загальний досвід пасажирів під час подорожі. До цього поняття входять умови на борту літака, якість сидінь, харчування, розважальні системи та інші послуги, що забезпечують комфорт і задоволення пасажирів. Умови на борту літака включають простір між сидіннями, можливість регулювання крісел, наявність підлокітників та підніжок, що дозволяє пасажирам почуватися зручно

протягом всього польоту. Якість сидінь також грає ключову роль, оскільки зручні та ергономічні крісла можуть значно зменшити втому і дискомфорт під час тривалих перельотів [11, с. 40].

Харчування на борту є ще одним важливим елементом, який впливає на задоволення пасажирів. Сучасні авіакомпанії прагнуть надавати різноманітне та якісне харчування, враховуючи дієтичні потреби та вподобання пасажирів, що підвищує їхній рівень задоволення. Розважальні системи, включаючи індивідуальні екрани, широкий вибір фільмів, музики, ігор та інших форм розваг, допомагають пасажиром розслабитися і приємно провести час під час польоту.

Додаткові послуги, такі як доступ до Wi-Fi, зарядні пристрої для електронних гаджетів, а також дружелюбний та уважний персонал, що готовий допомогти у будь-який момент, також сприяють підвищенню комфорту та зручності. Компанії, що інвестують у підвищення рівня комфорту та зручності, здатні не лише задовольнити потреби пасажирів, але й створити лояльність, яка спонукає клієнтів обирати їхні послуги знову і знову. Таким чином, забезпечення високого рівня комфорту та зручності на борту літака є важливим аспектом, що формує позитивний імідж авіакомпанії та сприяє її успішному функціонуванню на ринку [29].

Безпека є найважливішим аспектом якості логістичного обслуговування пасажирів у авіаційній галузі, і її забезпечення має першорядне значення для будь-якої авіакомпанії. Це поняття включає кілька критичних елементів, таких як технічна справність літаків, кваліфікація екіпажу, та дотримання всіх стандартів безпеки і регламентів. Технічна справність літаків передбачає регулярне технічне обслуговування та перевірки, щоб гарантувати, що всі системи працюють належним чином і відповідають найвищим стандартам безпеки. Це включає перевірку двигунів, гідравлічних систем, електроніки та інших важливих компонентів літака, що забезпечують його безпечну експлуатацію [4, с. 66].

Кваліфікація екіпажу є ще одним важливим аспектом, оскільки від професіоналізму та підготовки пілотів і бортпровідників залежить безпека пасажирів під час польоту. Екіпаж повинен проходити регулярне навчання та сертифікацію, щоб бути готовим до будь-яких надзвичайних ситуацій і вміти діяти швидко та ефективно. Це включає тренування з аварійних процедур, медичної допомоги та управління ризиками. Дотримання всіх стандартів безпеки та регламентів є обов'язковою умовою для забезпечення високого рівня безпеки в авіаційній галузі. Авіакомпанії повинні відповідати вимогам міжнародних і національних регуляторних органів, таких як Міжнародна організація цивільної авіації (ICAO) та Федеральна авіаційна адміністрація (FAA), що встановлюють правила і стандарти для всіх аспектів авіаційної діяльності [10, с. 40].

Забезпечення безпеки пасажирів також включає впровадження сучасних технологій і систем моніторингу, що дозволяють виявляти та усувати потенційні загрози на ранніх етапах. Це може включати системи виявлення пожежі, системи попередження зіткнень, а також системи моніторингу стану літака в реальному часі. Важливу роль відіграє також контроль доступу до літаків і зон високої безпеки в аеропортах, що допомагає запобігти несанкціонованому доступу і можливим загрозам.

Таким чином, забезпечення безпеки пасажирів є комплексним завданням, яке вимагає від авіакомпаній високої відповідальності, професіоналізму та дотримання найсучасніших стандартів і технологій. Безпека є основою довіри пасажирів до авіакомпанії і ключовим чинником, що визначає її репутацію та конкурентоспроможність на ринку авіаційних перевезень.

Клієнтоорієнтованість є важливим аспектом якості логістичного обслуговування пасажирів у авіаційній галузі, який зосереджує увагу на задоволенні потреб та очікувань клієнтів. Орієнтація на клієнта включає персоналізоване обслуговування, що означає індивідуальний підхід до кожного пасажира, врахування його вподобань та потреб. Це може виражатися

у наданні спеціальних послуг, таких як особливі умови для сімей з дітьми, пасажирів з обмеженими можливостями або тих, хто подорожує з тваринами. Уважне ставлення до потреб пасажирів також включає створення комфортних умов на всіх етапах подорожі, починаючи з бронювання квитків і закінчуючи прибуттям до місця призначення [7, с. 6].

Швидке реагування на запити та вирішення проблем є ще одним важливим елементом клієнтоорієнтованості. Пасажири очікують, що їхні запити будуть оброблені оперативно і ефективно, а будь-які проблеми, що виникають під час подорожі, будуть вирішені максимально швидко та з мінімальними незручностями. Це вимагає від авіакомпаній наявності добре підготовленого персоналу, який володіє необхідними знаннями і навичками для надання якісної допомоги та підтримки.

Надання інформації та підтримки під час подорожі також є важливою складовою клієнтоорієнтованості. Пасажири повинні мати доступ до актуальної інформації про свої рейси, включаючи розклад, можливі зміни, затримки та інші важливі аспекти. Крім того, авіакомпанії повинні забезпечувати можливість швидкого і зручного зв'язку з представниками служби підтримки, як до, так і під час польоту. Це може включати використання різних каналів комунікації, таких як телефони, електронна пошта, соціальні мережі та мобільні додатки [14, с. 90].

Загалом, клієнтоорієнтованість допомагає створити позитивний досвід для пасажирів, підвищуючи їхню задоволеність і лояльність до авіакомпанії. Авіакомпанії, що орієнтуються на клієнтів, отримують конкурентні переваги, оскільки задоволені пасажирі частіше повертаються до них і рекомендують їхні послуги іншим. Таким чином, клієнтоорієнтованість є ключовим чинником успішної діяльності авіакомпаній на ринку авіаційних перевезень.

Ефективність є ключовим аспектом якості логістичного обслуговування в авіаційній галузі, що сприяє оптимізації всіх процесів, пов'язаних з наданням послуг. Вона включає мінімізацію витрат та збільшення продуктивності, що в кінцевому результаті підвищує задоволеність клієнтів та

конкурентоспроможність авіакомпанії. Оптимізація процесів передбачає вдосконалення всіх етапів обслуговування, починаючи від планування маршрутів та розкладу польотів до обробки багажу та обслуговування пасажирів на борту. Це дозволяє зменшити затримки, підвищити точність виконання рейсів та покращити загальний досвід подорожі для пасажирів [4, с. 70].

Мінімізація витрат є важливим елементом ефективності, оскільки дозволяє знижувати вартість надання послуг без втрати якості. Це досягається через впровадження новітніх технологій, таких як автоматизація процесів, використання енергоефективних літаків, оптимізація витрат на паливо та обслуговування. Ефективне управління ресурсами, включаючи людські ресурси, матеріали та фінанси, дозволяє авіакомпаніям раціонально використовувати свої можливості і уникати зайвих витрат. Наприклад, автоматизація процесів реєстрації пасажирів та обробки багажу може значно зменшити час очікування та покращити якість обслуговування.

Збільшення продуктивності означає, що авіакомпанії можуть виконувати більше рейсів з меншими витратами, що сприяє підвищенню рентабельності та задоволеності пасажирів. Ефективність також включає постійне вдосконалення процесів і впровадження інновацій, які дозволяють швидко адаптуватися до змін на ринку і забезпечувати високий рівень обслуговування. Це може включати використання аналітичних інструментів для прогнозування попиту, оптимізацію маршрутів на основі даних та впровадження систем управління якістю [14, с. 78].

Загалом, ефективність є важливим чинником, що дозволяє авіакомпаніям забезпечувати високу якість послуг при зниженні витрат та підвищенні продуктивності. Це сприяє формуванню позитивного іміджу авіакомпанії, підвищенню лояльності клієнтів та зміцненню її позицій на ринку. Ефективне управління ресурсами та постійне вдосконалення процесів є основою для досягнення успіху в сучасній конкурентній авіаційній галузі.

Відповідальність авіакомпанії перед пасажирами є невід'ємною частиною якості логістичного обслуговування, що включає декілька ключових аспектів, спрямованих на забезпечення комфорту і задоволення клієнтів. Своєчасне інформування пасажирів про зміни в розкладі рейсів є надзвичайно важливим, оскільки дозволяє уникнути незручностей і допомагає пасажирам планувати свої подорожі з мінімальними затримками. Авіакомпанії повинні використовувати всі доступні канали комунікації, такі як SMS, електронна пошта, мобільні додатки та соціальні мережі, щоб оперативно повідомляти пасажирів про будь-які зміни. Це включає інформацію про затримки, скасування рейсів та альтернативні варіанти.

Компенсації у разі затримок або скасування рейсів є ще одним важливим аспектом відповідальності авіакомпанії. Пасажири мають право на компенсацію за завдані незручності, включаючи повернення коштів за квитки, надання альтернативних маршрутів або забезпечення харчування та проживання під час очікування. Авіакомпанії, що відповідально ставляться до своїх обов'язків, пропонують справедливі та прозорі умови компенсацій, що підвищує довіру і лояльність пасажирів. Забезпечення прав пасажирів включає також дотримання всіх законодавчих норм і регламентів, що стосуються захисту прав споживачів у сфері авіаперевезень. Це може включати надання допомоги пасажиром з обмеженими можливостями, забезпечення безпеки і комфортних умов на борту, а також чесне і прозоре інформування про всі аспекти подорожі [22].

Авіакомпанії повинні також відповідально підходити до обробки скарг і звернень пасажирів, забезпечуючи оперативне реагування і вирішення проблем. Це може включати створення спеціальних служб підтримки, що працюють цілодобово, а також надання можливості пасажиром залишати відгуки і пропозиції щодо покращення якості обслуговування. Відповідальність також включає екологічну складову, оскільки сучасні пасажири все частіше звертають увагу на те, як авіакомпанії дбають про навколишнє середовище. Використання енергоефективних літаків, зменшення

викидів шкідливих речовин і впровадження екологічно безпечних практик є важливими аспектами корпоративної відповідальності [12, с. 45].

Загалом, відповідальність авіакомпанії перед пасажирами сприяє формуванню позитивного іміджу, підвищенню довіри та лояльності клієнтів. Це є основою для забезпечення високої якості обслуговування і довгострокового успіху на ринку авіаційних перевезень. Відповідальне ставлення до пасажирів і забезпечення їхніх прав є важливими аспектами, що визначають репутацію і конкурентоспроможність авіакомпанії.

В табл. 1.2 представлено основні підходи до управління якістю логістичного обслуговування

Таблиця 1.2 – Підходи до управління якістю логістичного обслуговування

№ з.п.	Назва	Характеристика
1	2	3
1	Система управління якістю (СУЯ)	Використання стандартів якості, таких як ISO 9001, допомагає авіакомпаніям розробити та впровадити системи управління якістю, що забезпечують постійне вдосконалення процесів обслуговування.
2	Методики Total Quality Management (TQM)	Включають принципи постійного вдосконалення, залучення всіх працівників до процесів управління якістю та орієнтацію на клієнта.
3	Six Sigma	Методика, яка використовує статистичні інструменти для виявлення та усунення причин дефектів і варіабельності в процесах, що дозволяє покращити якість обслуговування.
4	Lean Management	Спрямована на усунення всіх видів втрат у процесах, що не додають цінності для клієнтів, що дозволяє підвищити ефективність та якість обслуговування.

Джерело: складено автором згідно [19]

Система управління якістю (СУЯ) є важливим інструментом для авіакомпаній у забезпеченні високої якості обслуговування пасажирів. Використання стандартів якості, таких як ISO 9001, допомагає авіакомпаніям розробити та впровадити системи управління якістю, спрямовані на постійне вдосконалення процесів обслуговування. Ці стандарти встановлюють вимоги

до системи управління якістю, які дозволяють авіакомпаніям забезпечити високу якість послуг та задоволеність клієнтів [15].

Застосування стандартів якості дозволяє авіакомпаніям систематизувати свої процеси та процедури, визначити відповідальних осіб за їх виконання, а також встановити механізми контролю та вдосконалення. Це допомагає авіакомпаніям забезпечити стабільність та надійність у наданні послуг, а також ефективно реагувати на зміни у вимогах ринку та потреби клієнтів.

Постійне вдосконалення процесів обслуговування є ключовим принципом стандартів якості, що дозволяє авіакомпаніям підтримувати свою конкурентоспроможність та відповідати вимогам сучасного ринку. Шляхом впровадження системи управління якістю відповідно до стандартів ISO 9001, авіакомпанії можуть досягати високих стандартів якості та задоволеності клієнтів, що є важливим чинником для успіху у галузі авіаперевезень [31].

Методики Total Quality Management (TQM) є стратегією управління, спрямованою на досягнення високої якості продукції та послуг шляхом впровадження принципів постійного вдосконалення, залучення всіх працівників до процесів управління якістю та орієнтацію на клієнта. Основними принципами TQM є фокус на потребах та очікуваннях клієнтів, усвідомлення всіх процесів як ключових для досягнення високої якості, виявлення та виправлення проблем на ранніх етапах, постійне вдосконалення процесів та забезпечення якості через участь всіх рівнів управління та працівників у процесах управління якістю [22].

Total Quality Management (TQM) є системним підходом до управління, який передбачає впровадження стратегії якості на всіх рівнях організації. Це означає, що кожен працівник в організації має бути включений у процес постійного вдосконалення та управління якістю. Крім того, TQM покладає наголос на важливість визначення та виконання вимог клієнтів, що дозволяє підприємствам забезпечити високу якість продукції та послуг, що відповідає очікуванням споживачів.

Одним з ключових аспектів TQM є постійне вдосконалення процесів, що дозволяє організаціям адаптуватися до змін у вимогах ринку та впроваджувати нові технології та методи управління для підвищення якості продукції та послуг. Такий підхід дозволяє організаціям бути конкурентоспроможними та успішними у динамічному середовищі сучасного бізнесу [23].

Six Sigma є методологією управління якістю, що використовує статистичні інструменти для виявлення та усунення причин дефектів і варіабельності в процесах. Основна мета Six Sigma полягає в досягненні високої якості продукції та послуг шляхом зменшення кількості дефектів до рівня, що відповідає стандарту шість сигм, що відповідає приблизно 3.4 дефектів на мільйон можливостей. Впровадження методології Six Sigma дозволяє компаніям покращити якість обслуговування, знизити витрати та підвищити задоволеність клієнтів. Основними етапами методології Six Sigma є визначення, вимірювання, аналіз, вдосконалення та контроль (DMAIC), що дозволяє систематично підходити до усунення проблем та вдосконалення процесів [19].

Lean Management є стратегією управління, спрямованою на усунення всіх видів втрат у процесах, що не додають цінності для клієнтів. Основна ідея Lean полягає в тому, щоб максимально оптимізувати процеси та ресурси, уникати перевиробництва, недоліків, неправильного складання та зайвого очікування, щоб забезпечити максимальну якість та ефективність обслуговування [20].

Впровадження Lean Management дозволяє підприємствам стати більш гнучкими та відзначитися високою реактивністю на зміни у вимогах ринку та потреби клієнтів. Це також сприяє підвищенню якості обслуговування та задоволеності клієнтів, оскільки кожен процес стає більш ефективним та орієнтованим на досягнення результату [21].

Основними принципами Lean є визнання цінності та потреб клієнтів, впровадження системного підходу до управління, постійне вдосконалення

процесів, залучення всіх працівників до управління якістю та надійність процесів через стандартизацію та уніфікацію.

В підсумку, якість логістичного обслуговування споживачів в авіаційній галузі є комплексним поняттям, яке включає багато аспектів, від технічних до людських факторів. Ефективне управління якістю дозволяє авіакомпаніям підвищити конкурентоспроможність, задовольнити потреби пасажирів та забезпечити їхню лояльність.

1.2 Особливості обслуговування пасажирів авіаційної галузі

Обслуговування пасажирів у авіаційній галузі має свої особливості, які визначаються специфікою цієї галузі та вимогами клієнтів. Найважливіші особливості обслуговування пасажирів у авіації включають наступне (рис. 1.1).

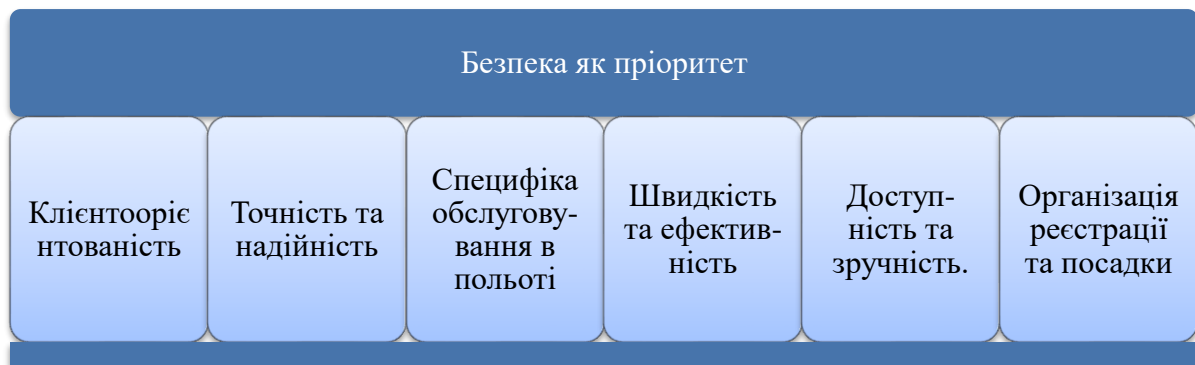


Рисунок 1.1 – Особливості обслуговування пасажирів у авіації

Джерело: [15]

Безпека пасажирів є найважливішим пріоритетом для авіакомпаній. Вони приділяють найбільшу увагу забезпеченню безпеки польотів, що охоплює не лише технічний стан літаків, але й кваліфікацію екіпажу та дотримання всіх стандартів безпеки.

Авіакомпанії вживають численні заходи для забезпечення безпеки польотів, включаючи технічне обслуговування літаків, перевірку кваліфікації та тренування екіпажу, впровадження стандартів безпеки й управління ризиками. Вони також співпрацюють з міжнародними організаціями та владними установами для вдосконалення безпеки авіаційних перевезень. Безпека пасажирів в авіаційній галузі вимагає постійного вдосконалення та використання найсучасніших технологій та підходів для запобігання можливим аваріям та забезпечення безпеки польотів. Специфіка обслуговування пасажирів в польоті визначається тривалістю перельоту та потребами пасажирів у комфорті та безпеці. Авіакомпанії стараються забезпечити пасажирам максимальний комфорт шляхом надання різноманітних послуг, таких як харчування, розважальні програми та інші. Основні аспекти специфіки обслуговування в польоті включають забезпечення зручних умов для сидіння та відпочинку, належне харчування та напої, доступ до розважальних програм, таких як фільми та музика, а також інші сервіси, що роблять подорож приємною та комфортною для пасажирів. У зв'язку з тривалістю польотів, авіакомпанії також забезпечують медичну підтримку та інші необхідні послуги для забезпечення безпеки та комфорту пасажирів під час перельоту. Крім того, вони також надають можливість для виконання рухових вправ та прогулянок по кабіні для запобігання утомленості та застою [4, с. 99].

Організація реєстрації та посадки пасажирів є важливим етапом у подорожі, на який авіакомпанії приділяють особливу увагу. Вони вкладають значні зусилля у забезпечення швидкості та зручності цих процесів, щоб забезпечити плавність і комфорт подорожі для своїх клієнтів. Для забезпечення швидкої та ефективної реєстрації пасажирів авіакомпанії використовують різні методи, включаючи самостійну реєстрацію онлайн або через мобільний додаток, автоматизовані кіоски для реєстрації в аеропорту та швидкі черги для реєстрації.

У процесі посадки пасажирів на борт літака авіакомпанії також стараються забезпечити комфорт та ефективність. Вони використовують різні методи організації посадки, включаючи зони посадки за категоріями, електронні посадкові квитки та системи контролю доступу на посадку. Усі ці заходи спрямовані на те, щоб зробити процес реєстрації та посадки пасажирів швидким, зручним та ефективним, щоб пасажери могли насолоджуватися комфортною та безпечною подорожжю [23 с. 40].

Авіакомпанії активно працюють над забезпеченням легкості доступу до своїх послуг, що включає використання онлайн-сервісів та мобільних додатків для бронювання квитків та проведення інших операцій. Це дозволяє пасажирам швидко та зручно здійснювати різні операції, такі як придбання квитків, вибір місць у салоні, реєстрація на рейс та отримання інформації про польоти. Окрім цього, авіакомпанії надають різноманітні можливості для зручного взаємодії з пасажирами, такі як онлайн-чати та колл-центри для консультацій та вирішення питань, а також інформаційні платформи, де пасажири можуть знайти відомості про правила перевезення та іншу корисну інформацію. Такий підхід дозволяє авіакомпаніям підвищити рівень сервісу та задоволення клієнтів, забезпечуючи їм зручний та доступний спосіб користування послугами авіакомпанії.

Клієнтоорієнтованість є ключовим принципом обслуговування пасажирів у авіаційній галузі. Авіакомпанії стараються забезпечити пасажирам персоналізоване обслуговування, враховуючи їхні індивідуальні потреби та побажання. Це включає в себе надання допомоги в організації подорожі, вирішення проблем та запитань пасажирів, а також створення комфортних умов для їхнього перебування на борту літака. Орієнтація на клієнта також передбачає швидке реагування на запити пасажирів та надання їм необхідної інформації та підтримки під час усієї подорожі. Авіакомпанії також розвивають програми лояльності та пропонують різноманітні бонуси та привілеї для постійних клієнтів, щоб підвищити рівень задоволення та залучити нових пасажирів. Клієнтоорієнтований підхід дозволяє

авіакомпаніям підтримувати позитивний імідж та конкурентні переваги на ринку, привертаючи і утримуючи задоволених клієнтів [19].

Швидкість та ефективність обслуговування є важливими аспектами для авіакомпаній, оскільки вони стикаються з великою кількістю пасажирів та графіком рейсів. Авіакомпанії прагнуть забезпечити швидкість обробки пасажирів на реєстрації та посадці, а також швидке відправлення рейсів для забезпечення відповідності графіку. Для досягнення цієї мети авіакомпанії використовують різні стратегії, такі як автоматизація процесів, використання електронних систем реєстрації та посадки, а також оптимізація внутрішніх процесів. Крім того, авіакомпанії намагаються забезпечити максимальну пунктуальність рейсів, щоб уникнути затримок та незручностей для пасажирів. Швидке та ефективне обслуговування допомагає авіакомпаніям підтримувати високий рівень задоволення клієнтів та забезпечує їм позитивний досвід подорожей [16].

Точність та надійність у дотриманні розкладу та обробці багажу є критично важливими для авіакомпаній, оскільки ці аспекти безпосередньо впливають на задоволення та враження пасажирів від подорожі. Дотримання розкладу дозволяє пасажирам планувати свій час із впевненістю, що їхні польоти будуть відправлені та прибудуть вчасно. Точність обробки багажу також є важливою, оскільки неналежне відношення до багажу може спричинити його втрату або пошкодження, що створює незручності для пасажирів та негативно впливає на їхнє враження від подорожі. Авіакомпанії вкладають значні зусилля у вдосконалення процесів обробки багажу та дотримання розкладу, щоб забезпечити високу якість обслуговування та позитивний досвід подорожі для пасажирів [5, с. 44].

Усі ці особливості роблять обслуговування пасажирів у авіаційній галузі складним та вимагають від авіакомпаній високого рівня організації та управління для забезпечення задоволеності клієнтів та конкурентоспроможності на ринку.

1.3 Світовий ринок інноваційних технологій у сфері обслуговування авіапасажирів

Світовий ринок інноваційних технологій у сфері обслуговування авіапасажирів постійно розвивається, впроваджуючи нові технології для підвищення зручності та безпеки пасажирів. На рис. 1.2 представлено основні напрямки світового ринку інноваційних технологій у сфері обслуговування авіапасажирів.

Безконтактні технології, такі як використання NFC (Near Field Communication), стають все більш популярними в авіаційній індустрії. NFC технологія дозволяє пасажиром здійснювати оплату та отримувати доступ до різних послуг в аеропортах без прямого контакту з обладнанням. Це забезпечує швидку та безпечну оплату квитків, багажу, страв та інших товарів та послуг у відділеннях аеропортів. Крім того, NFC може використовуватися для зручного отримання електронних квитків та посадкових документів на смартфони пасажирів. Ці технології допомагають зменшити час очікування та полегшують процеси обслуговування, забезпечуючи пасажиром більш комфортний та ефективний досвід польоту.

Використання Інтернету речей (IoT) у авіаційній індустрії значно полегшує подорожі пасажирів. Однією з основних переваг є можливість відстеження багажу пасажирів за допомогою IoT-технологій. Завдяки цьому пасажир може бути впевнений, що їхні речі будуть доставлені на місце призначення разом з ними. Крім того, IoT дозволяє авіакомпаніям підтримувати зручність пасажирів під час подорожі. Наприклад, за допомогою IoT можна відстежувати стан різного обладнання у літаку, щоб вчасно виявляти та усувати будь-які проблеми, що можуть виникнути під час польоту. Такі технології сприяють створенню безпечного та комфортного середовища для пасажирів під час авіаподорожей.

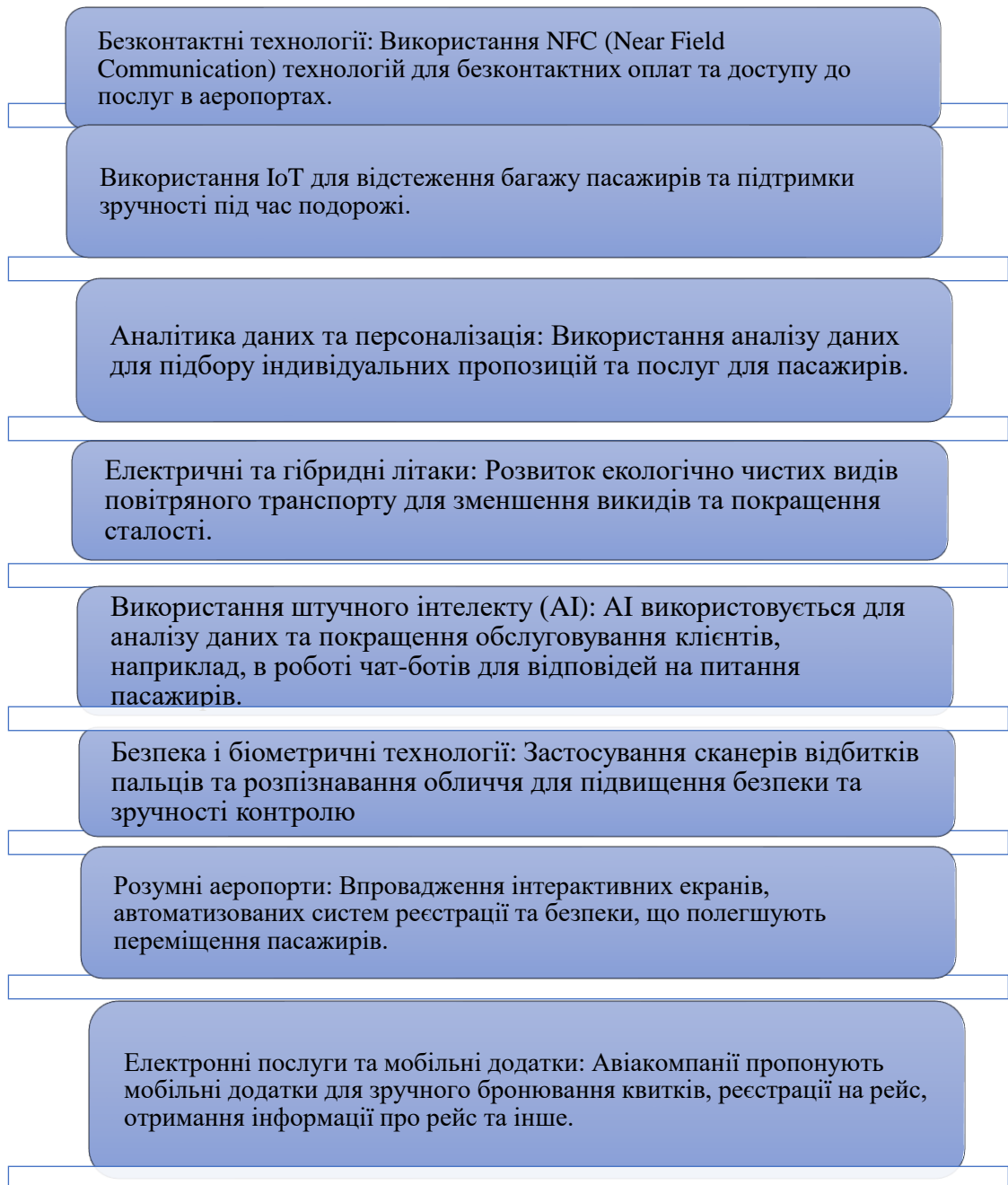


Рисунок 1.2 – Основні напрямки світового ринку інноваційних технологій у сфері обслуговування авіапасажирів

Джерело: складено автором згідно [22]

Аналітика даних та персоналізація грають важливу роль у покращенні обслуговування пасажирів у авіаційній галузі. За допомогою аналізу даних авіакомпанії можуть зрозуміти потреби та уподобання своїх клієнтів і надати

їм індивідуальні пропозиції та послуги. Наприклад, за допомогою аналізу пасажирських даних, авіакомпанії можуть пропонувати спеціальні знижки або привілеї для пасажирів з високим рівнем лояльності або індивідуально адаптувати програму лояльності для кожного клієнта. Такий підхід допомагає авіакомпаніям підвищити задоволеність клієнтів та збільшити їхню лояльність, що в свою чергу сприяє зростанню прибутковості та конкурентоспроможності компанії [15].

Розвиток електричних та гібридних літаків є важливим напрямком у сфері авіаційної технології, спрямованим на зменшення негативного впливу авіації на навколишнє середовище. Використання електричних двигунів та інших екологічних технологій у літаках допомагає зменшити викиди шкідливих речовин та знизити залежність від традиційних видів палива. Це сприяє покращенню якості повітря та зменшенню впливу авіації на зміну клімату. Крім того, використання електричних та гібридних літаків може також підвищити економічну ефективність авіаперевезень, зменшивши витрати на паливо та обслуговування. Такі інноваційні рішення дозволяють авіаційній індустрії рухатися в напрямку більш сталого та екологічно чистого майбутнього.

Використання штучного інтелекту (AI) у сфері авіаперевезень спрямоване на покращення обслуговування клієнтів та оптимізацію бізнес-процесів. AI використовується для аналізу великих обсягів даних, що дозволяє авіакомпаніям робити більш точні прогнози щодо попиту на перевезення, планування рейсів та ціноутворення. Одним з прикладів використання AI є впровадження чат-ботів для відповідей на питання пасажирів. Ці чат-боти здатні надавати інформацію про розклад рейсів, статус бронювання, правила провозу багажу та інше, полегшуючи комунікацію з авіакомпанією для пасажирів. Такий підхід допомагає авіакомпаніям зменшити навантаження на контакт-центри та покращити задоволеність клієнтів [20].

Безпека і біометричні технології грають ключову роль у забезпеченні безпеки та зручності контролю в авіаційній галузі. Застосування сканерів

відбитків пальців та систем розпізнавання обличчя дозволяє авіакомпаніям забезпечити високий рівень безпеки на борту літаків та в аеропортах. Ці технології дозволяють автоматизувати та ускладнити процеси перевірки пасажирів, що робить їх більш ефективними та надійними. Крім того, використання біометричних технологій сприяє зручності для пасажирів, оскільки вони можуть швидко та безпечно пройти контроль, не втрачаючи часу на довгі черги та процедури перевірки документів. Такий підхід допомагає забезпечити безпеку польотів та підвищити задоволеність пасажирів.

Розумні аеропорти є важливим етапом у розвитку авіаційної індустрії, спрямованим на полегшення переміщення пасажирів та покращення їхнього досвіду. Однією з ключових особливостей таких аеропортів є впровадження інтерактивних екранів, які надають пасажирам доступ до необхідної інформації, такої як розклад рейсів, місце знаходження гейтів та послуги аеропорту. Автоматизовані системи реєстрації та безпеки також є важливою складовою розумних аеропортів, оскільки вони дозволяють пасажирам швидко та зручно пройти процедури контролю та реєстрації. Ці технології сприяють зменшенню часу очікування та стресу для пасажирів, роблячи їхні подорожі більш комфортними та ефективними [45].

Електронні послуги та мобільні додатки стали необхідною частиною обслуговування авіапасажирів. Авіакомпанії активно пропонують мобільні додатки, які спрощують процеси бронювання квитків, реєстрації на рейс, а також надають інформацію про графік рейсів, статус бортового обладнання та інші корисні дані. Такі додатки дозволяють пасажирам швидко та зручно здійснювати покупки та отримувати всю необхідну інформацію безпосередньо на свої смартфони. Крім того, вони часто включають в себе можливості для замовлення додаткових послуг, таких як обслуговування в аеропорту, а також нагадування та сповіщення про статус рейсу. Такі інноваційні технології значно полегшують життя пасажирів і роблять процес подорожей більш комфортним і безпечним [44].

Розглянуті технології спрямовані на поліпшення якості обслуговування, збільшення ефективності та конкурентоспроможності авіакомпаній на світовому ринку.

Висновки до розділу 1

Якість логістичного обслуговування споживачів є критичним фактором успіху для будь-якого підприємства, що займається поставками товарів або послуг. Це включає точність, швидкість та надійність доставки, що забезпечує задоволення потреб клієнтів та підвищує їхню лояльність. Основними складовими якості логістичного обслуговування є своєчасність, точність виконання замовлень, доступність інформації про стан доставки та гнучкість у реагуванні на змінні потреби споживачів.

Обслуговування пасажирів в авіаційній галузі є складним і багатогранним процесом, який включає численні етапи та взаємодії між пасажирами і персоналом авіакомпаній. Важливими аспектами є забезпечення безпеки, комфортного перебування на борту, своєчасність рейсів та високий рівень сервісу. Крім того, авіакомпанії зобов'язані дотримуватися міжнародних стандартів та нормативних вимог, що регламентують різні аспекти пасажирських перевезень.

Світовий ринок інноваційних технологій у сфері обслуговування авіапасажирів динамічно розвивається, відповідаючи на зростаючі вимоги та очікування пасажирів. Основні тренди включають впровадження штучного інтелекту, автоматизацію процесів та використання великих даних для аналізу поведінки клієнтів. Ці технології дозволяють авіакомпаніям надавати персоналізовані послуги, підвищувати ефективність операцій та покращувати загальний досвід пасажирів.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ СТАНУ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ АВІАПАСАЖИРІВ В ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «АВІАКОМПАНІЯ СКАЙАП»

2.1 Загальна характеристика підприємства

Авіакомпанія є діючим членом міжнародних і українських асоціацій, зокрема FIATA (International Federation of Forwarders Associations), IAM (International Association of Movers), АМЕУ (Асоціація Міжнародних Експедиторів України), та володіє всіма необхідними сертифікатами та ліцензіями.

Додатковими видами діяльності зазначено:

- 79.90. Надання інших послуг бронювання та пов'язана з цим діяльність;
- 51.21. Вантажний авіаційний транспорт;
- 52.23. Допоміжне обслуговування авіаційного транспорту;
- 52.29. Інша допоміжна діяльність у сфері транспорту.

Узагальнено ТОВ «Авіакомпанія Скайап» надає послуги: міжнародні пасажирські авіаперевезення; діяльність за схемою «аеропорт – аеропорт»; міжнародні авіаперевезення вантажу.

Борти доступні для виконання чартерних рейсів та рейсів по АСМІ-контрактах.

У червні 2022 року SkyUp Airlines отримав експлуатаційний дозвіл Швейцарії. Компанія має дозвіл Європейського агентства з безпеки авіаперевезень (EASA) на виконання польотів до країн Європейського Союзу і права на виконання комерційних рейсів до Саудівської Аравії та Об'єднаних Арабських Еміратів. SkyUp Airlines став першою авіакомпанією в Україні, яка встановила систему Split Scimitar® Winglet. Зараз роздвоєні закінцівки крила

встановлені на 9 з 10 літаках флоту. Такі вінглети дозволяють економити паливо та знизити рівень викидів вуглецю в атмосферу на 568 тонн на один літак на рік. Таким чином, це робить польоти дешевшими та екологічнішими.

Протягом останніх двох років українське повітря протягом значної частини часу залишалося недоступним для цивільної авіації. Тим не менше, компанія SkyUp виявила відданість подальшому забезпеченню своєї операційної діяльності. Протягом 2023 року було здійснено 10 528 рейсів, в яких перевезено понад 1,5 мільйонів пасажирів*.

ТОВ «Авіакомпанія Скайап» зберегла свою команду, що налічує 1139 професіоналів, і спрямувала значну суму в розмірі майже 200 мільйонів гривень у державний бюджет у вигляді податків*. Крім того, SkyUp™ була активною у допомозі українським громадянам під час евакуаційних операцій, приєднавшись до ініціативи United24, а також розпочала власні соціальні проекти.

У 2023 році літаки компанії SkyUp™ найчастіше здійснювали польоти до аеропорту міста Кишинів, куди було виконано 2000 рейсів. Загалом, перелік найпопулярніших країн, до яких відбувалися рейси, у 2023 році виглядав наступним чином (рис. 2.1).



Рисунок 2.1 – Перелік найпопулярніших країн, до яких відбувалися рейси, у 2023

Джерело:[28]

За умовами контрактів АСМІ, компанія SkyUp™ взаємодіяла з такими авіакомпаніями, як Tunisair, FlyOne, HiSky SRL, HiSky Europe SRL, Wizz Air Malta, Wizz Air Abu Dhabi, Corendon Dutch, Tailwind Airlines та FlyEgypt. Як результат, ще влітку 2023 року профільне видання ch-aviation включило SkyUp Airlines до переліку ТОП-20 найбільших постачальників послуг АСМІ в європейському небі (рис. 2.2).



Рисунок 2.2 – ТОП найбільших постачальників послуг АСМІ

Джерело:[28]

Важливим етапом розвитку бренду SkyUp став повноправний вихід на європейський ринок. У травні 2023 року авіакомпанія SkyUp отримала сертифікат експлуатанта (АОС), сертифікат САМО (Continuing airworthiness management organisation) та ліцензію на виконання рейсів (АОЛ). Це збільшує можливості виконувати контракти на умовах АСМІ, а в перспективі дозволяє відкривати регулярні рейси з Європи. Офіс авіакомпанії розташовується на Мальті, а в її флоті наразі два літаки Boeing 737-700 та вісім літаків Boeing 737-800. На рис. 2.3 представлено флот компанії ТОВ «Авіакомпанія Скайап».



Рисунок 2.3 – Флот компанії ТОВ «Авіакомпанія Скайап» [28]

Авіакомпанія SkyUp Airlines отримала дозвіл на оперування на території Сполучених Штатів Америки – сертифікат іноземного авіаперевізника FAR129. Крім того, SkyUp тепер може працювати і в Канаді. Сертифікат іноземного перевізника FAOC дозволяє українській авіакомпанії надавати АСМІ-послуги та виконувати чартерні рейси з інших країн до Канади.

SkyUp також працює над покращенням процесів та впроваджує сучасні технології. Так, у 2023 році SkyUp Airlines підписала угоду з IBS Software, що дозволить модернізувати дистрибуцію, впровадити нові рішення для підвищення доходів та систем обслуговування.

Авіакомпанія також почала впроваджувати систему управління ризиками авіаційної безпеки від Osprey Flight Solutions. Наразі вже відбулося навчання персоналу та запуск програмного забезпечення. Завдяки адаптованому збору даних, прогнозуванню подій, автоматичним сповіщенням і позначенню пріоритетів система Osprey безперервно відстежує зміни, миттєво коригує оцінку ризиків і надсилає відповідні повідомлення для подальшого ухвалення рішень щодо можливої зміни маршрутів, графіку польотів тощо.

2.2. Аналіз фінансово-економічного стану

З початком війни ринок пасажирських авіаперевезень в Україні фактично припинив існування – небо закрито для польотів через повномасштабне вторгнення РФ. Проте, попри ці обставини, українська авіакомпанія SkyUp Airlines змогла показати рекордний виторг серед інших авіаперевізників у 2022 році, який склав 2 мільярди 756,8 мільйона гривень. Цей успіх став можливим завдяки швидкій адаптації компанії до нових умов.

До 14 лютого 2022 року, на вимогу страхових компаній, SkyUp Airlines перемістила свої літаки до Європи. Компанія перейшла на новий формат роботи, надаючи літаки в оренду за АСМІ-контрактами (Aircraft, Crew, Maintenance, and Insurance). Цей підхід дозволив SkyUp Airlines не тільки вижити в умовах війни, але й досягти фінансових успіхів, які перевершили очікування. У 2023 році SkyUp Airlines продовжила демонструвати успіхи: за три квартали доходи компанії перевищили доходи за весь 2022 рік. Це свідчить про ефективність нової концепції роботи та здатність компанії адаптуватися до викликів ринку. В умовах, коли український авіаційний ринок знаходиться у стані стагнації, SkyUp Airlines змогла знайти нові можливості для зростання та розвитку, забезпечуючи стабільний дохід і зберігаючи свої позиції в авіаційній галузі [13].

В табл. 2.1 представлено кількість виконаних перевезень та обслугованих пасажирів ТОВ «Авіакомпанія Скайап» за 2021-2023 роки.

Для репрезентативності представлених даних в табл. 2.1 представимо на рис. 2.1 динаміку обслугованих пасажирів ТОВ «Авіакомпанія Скайап».

У складний воєнний період компанія ТОВ «Авіакомпанія Скайап» проявила вражаючу стійкість та адаптивність, що були важливими для подолання значного падіння пасажиропотоку у 2023 році. Незважаючи на тимчасову зупинку діяльності з 25 лютого 2022 року внаслідок закриття українського повітряного простору, компанія успішно відновила роботу в березні 2023 року та вдало збільшила обсяги перевезень.

Таблиця 2.1 – Кількість виконаних перевезень та обслугованих пасажирів ТОВ «Авіакомпанія Скайап» за 2021-2023 роки

Показник	2021 рік	2022 рік	2023 рік	Абсолютне відхилення (+,-)		Відносне відхилення (%)	
				2022/2021	2023/2022	2022/2021	2023/2022
1	2	3	4	5	6	7	8
Кількість рейсів, од	15900	7700	10528	-8200	2828	-51,57	36,73
Кількість перевезених пасажирів, тис. осіб	2500	780	2280	-1720	1500	-68,80	192,31

Джерело: складено автором на основі даних підприємства

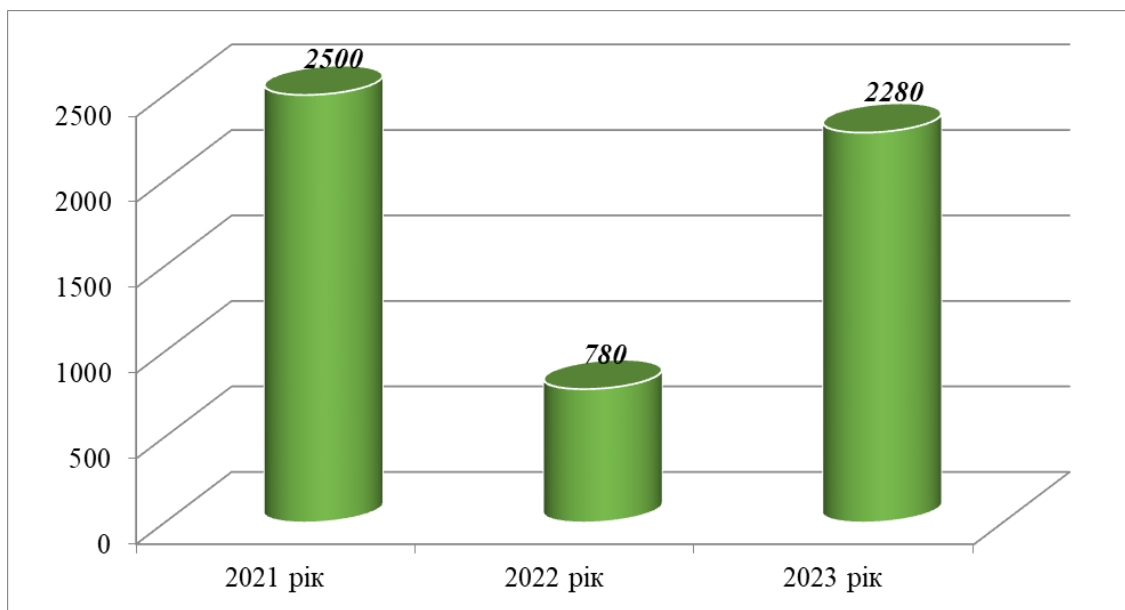


Рисунок 2.4 – Динаміка обслугованих пасажирів ТОВ «Авіакомпанія Скайап», тис. осіб

Джерело: складено автором згідно даних підприємства

Початок війни призвів до різкого падіння пасажиропотоку у першій половині 2023 року. Протягом цього періоду компанія обслуговувала значно менше пасажирів порівняно з аналогічним періодом 2022 року. Однак завдяки виваженій стратегії адаптації, ТОВ «Авіакомпанія Скайап» вдало відновила свою діяльність та розширила географію польотів, що дозволило їй відновити довіру пасажирів і забезпечити стабільний приріст клієнтської бази.

Розширення географії польотів та впровадження нових маршрутів сприяли збільшенню пасажиропотоку та відновленню обсягів перевезень.

Важливою складовою успіху стало вміння компанії оперативно реагувати на виклики ринку, використовуючи новітні технології та стратегії. Завдяки цьому, ТОВ «Авіакомпанія Скайап» не лише пододала кризовий період, але й зміцнила свої позиції на ринку авіаперевезень, демонструючи стабільний розвиток навіть у найскладніші часи.

Компанія SkyUp Airlines прийняла ряд стратегічних заходів для ефективного пристосування до змінних умов ринку, спричинених воєнними діями. Одним із перших кроків було виведення літаків з України на вимогу страхових компаній, що дозволило захистити авіапарк та уникнути фінансових втрат. Після цього компанія успішно відновила польоти на важливих внутрішніх та міжнародних маршрутах, що забезпечило безперервність операцій навіть в умовах закритого українського неба. SkyUp також розпочала співпрацю з іншими авіакомпаніями для забезпечення АСМІ-перевезень (літаки з екіпажем, технічним обслуговуванням та страхуванням), що стало ключовим фактором у підтриманні діяльності компанії. Це нове джерело доходів виявилось надзвичайно важливим для фінансової стабільності в кризовий період.

Крім відновлення регулярних рейсів, SkyUp активно розвивала чартерні перевезення, співпрацюючи з провідними туроператорами. Це дозволило компанії залучити більше пасажирів та розширити географію польотів, включаючи нові популярні туристичні напрямки. Важливою складовою успіху стало дотримання високих стандартів безпеки та якості обслуговування. SkyUp інвестувала значні кошти в постійне навчання персоналу, що дозволило підтримувати високий рівень професійної підготовки. Крім того, компанія ретельно стежила за технічним обслуговуванням своїх літаків, забезпечуючи їхню надійність та безпеку, що є критично важливим для авіаційного бізнесу.

Такі адаптаційні стратегії виявилися дуже ефективними, оскільки компанія змогла суттєво збільшити пасажиропотік у другій половині 2023 року. За підсумками 2023 року SkyUp Airlines обслуговувала 2280 тис. осіб, що на 1500 тис. осіб більше, ніж у 2022 році. Цей значний приріст став

можливим завдяки гнучкості та здатності компанії оперативно реагувати на виклики ринку. Високий рівень обслуговування, розширення маршрутної мережі та впровадження нових послуг дозволили SkyUp не лише відновити свої позиції, але й зміцнити їх, демонструючи стабільний ріст навіть у найскладніші часи. Таким чином, компанія показала приклад успішної адаптації до кризових умов та здатності забезпечити стабільний розвиток у майбутньому.

Досвід SkyUp Airlines у воєнний період демонструє високий рівень професіоналізму та здатність швидко адаптуватися до змінних умов. Компанія не лише пережила кризовий період, але й змогла використати нові можливості для розвитку, вивівши свої літаки за кордон, уклавши вигідні АСМІ-контракти, та активно розвиваючи чартерні перевезення. Ці кроки показують, що навіть у найскладніших обставинах, за умов стратегічного мислення і гнучкого управління, можна не лише зберегти, але й розширити бізнес. Важливим фактором успіху SkyUp Airlines стала інвестиція в безпеку та якість обслуговування. Постійне навчання персоналу, підтримка ліцензій та технічне обслуговування літаків забезпечили високу надійність і безпеку польотів, що є критично важливим для довіри пасажирів. Крім того, компанія активно розширювала свою маршрутну мережу та впроваджувала нові послуги, що дозволило не лише відновити, але й значно збільшити пасажиропотік у другій половині 2023 року. Цей приклад SkyUp Airlines показує, що ефективна адаптація до змінних умов та впровадження інноваційних стратегій можуть забезпечити стабільний розвиток навіть у кризовий період. Компанія довела, що володіє необхідними ресурсами та навичками для швидкої реакції на виклики, що виникають на ринку. Це свідчить про високий рівень професіоналізму та здатність до стратегічного планування, які є ключовими для успішного функціонування в сучасному авіаційному бізнесі.

В табл. 2.2 представлено фінансовий стан діяльності ТОВ «Авіакомпанія Скайап» за 2021-2023 роки.

Таблиця 2.2 – Фінансовий стан діяльності ТОВ «Авіакомпанія Скайап» за 2021-2023 роки.

Стаття	Роки			Абсолютне відхилення (+,-)		Відносне відхилення (%)	
	2021	2022	2023	2022/ 2021	2023/ 2022	2022/ 2021	2023/ 2022
1	2	3	4	5	6	7	8
Чистий дохід (виручка) від реалізації	7695036	2756804	3915480	- 4938232	1158676	-64,17	42,03
Собівартість реалізованої продукції	7417225	3088304	3670908	- 4328921	582604	-58,36	18,86
Валовий прибуток	277811	-331500	244572	-609311	576072	-219,33	173,78
Інші операційні доходи	93783	366950	840514	273167	473564	291,28	129,05
Адміністративні витрати	194684	215810	383296	21126	167486	10,85	77,61
Витрати на збут	55347	38589	58340	-16758	19751	-30,28	51,18
Інші операційні витрати	89061	489607	291782	400546	-197825	449,74	-40,40
Фінансові результати від операційної діяльності	32502	-708556	351668	-741058	1060224	- 2280,04	149,63
Інші фінансові доходи	4047	1650	579	-2397	-1071	-59,23	-64,91
Фінансові витрати	11080	13080	20330	2000	7250	18,05	55,43
Інші витрати	685	531	58	-154	-473	-22,48	-89,08
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування	24787	-720517	331892	-745304	1052409	- 3006,83	146,06
Витрати (доходи) податку на прибуток	4367	-123801	26773	-128168	150574	- 2934,92	121,63
Чистий прибуток	20420	-596716	305119	-617136	901835	- 3022,21	151,13

Джерело: складено та розраховано автором згідно фінансової звітності підприємства

ТОВ «Авіакомпанія Скайап» зафіксувала значні зміни у фінансових показниках протягом 2023 року порівняно з попереднім роком. Чистий дохід від реалізації продукції зрос на понад мільйон гривень, що свідчить про успішність стратегій компанії щодо ринкових позицій та популярності її послуг. Однак зростання собівартості реалізованої продукції та адміністративних витрат вказує на збільшення витрат на виробництво та управління.

Надзвичайно позитивним є збільшення валового прибутку на понад 170%, що свідчить про високу ефективність виробничих процесів та управління витратами. Зростання інших операційних доходів, хоча й супроводжується збільшенням адміністративних та витрат на збут, вказує на розширення бізнесу та диверсифікацію джерел прибутку.

Особливо вражаючим є підвищення фінансових результатів від операційної діяльності на майже 150%, що свідчить про ефективне фінансове управління та можливо про розширення інвестиційних проектів чи оптимізацію фінансових процесів. В цілому, ці показники свідчать про стабільний розвиток та перспективи подальшого зростання для ТОВ «Авіакомпанія Скайап».

У 2023 році ТОВ «Авіакомпанія Скайап» продемонструвало значний зріст чистого прибутку порівняно з попереднім роком, досягнувши показника в 305 119 тис. грн. Це збільшення склало 901 835 тис. грн або 151,13%, що є вражаючим зростанням порівняно з попереднім роком, коли підприємство зазнавало збитків.

Подальший аналіз фінансових показників вказує на кілька ключових трендів. Зменшення інших фінансових доходів та збільшення фінансових витрат свідчать про можливі фінансові розбіжності або зміни у стратегії управління фінансами. Однак зменшення інших витрат, разом зі збільшенням фінансових результатів від звичайної діяльності до оподаткування, є позитивними сигналами.

Збільшення витрат (доходів) на податок на прибуток вказує на зростання обсягів операцій та прибутковості, що відображається у збільшенні чистого прибутку. У цілому, ці показники свідчать про успішну реорганізацію фінансових процесів та стратегій управління, що призвело до вражаючого зростання прибутковості підприємства.

Наступним кроком представимо на рис. 2.2 аналіз балансу ТОВ «Авіакомпанія Скайап» за 2021-2023 роки.

Горизонтальний аналіз балансу ТОВ «Авіакомпанія Скайап» дозволить оцінити розміщення та використання коштів (активів) та їх джерела формування (пасиви), що дозволить отримати уявлення про фінансово-майновий стан підприємства та виявити наявність та динаміку коштів і джерел їх формування. Аналіз складу, структури та динаміки майна і джерел його формування ТОВ «Авіакомпанія Скайап» за 2021-2023 роки представлено в додатку А.

На рис. 2.5 представлено динаміку активів ТОВ «Авіакомпанія Скайап» за 2021-2023 роки, тис. грн.

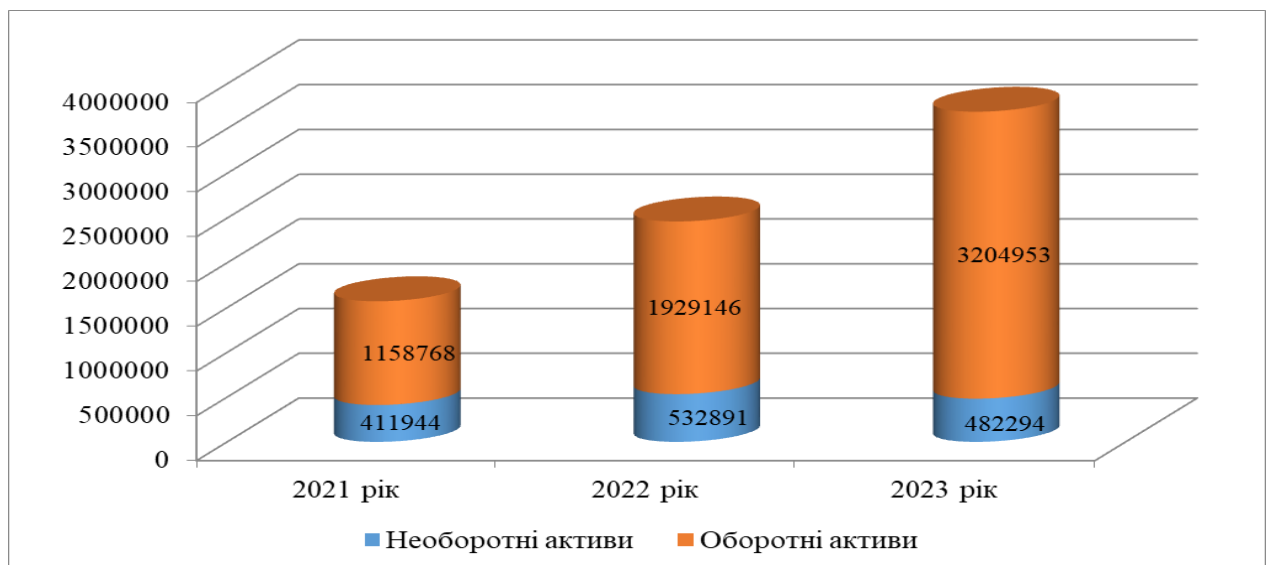


Рисунок 2.5 – Динаміка активів ТОВ «Авіакомпанія Скайап» за 2021-2023 роки, тис. грн.

Джерело: складено та розраховано автором згідно фінансової звітності підприємства

За аналізом балансу ТОВ «Авіакомпанія Скайап» на 2023 рік видно, що оборотні активи становили 86,92% від загальної суми активів, тоді як необоротні активи склали лише 13,08%. Протягом тривалого періоду незначних змін у структурі активів не відбулося. Для глибшого розуміння стану майна, слід проаналізувати структуру балансу. Якщо питома вага необоротних активів перевищує 50% від загальної суми активів, то таке підприємство вважається мати важку структуру активів; менше 50% - легку (мобільну). Отже, ТОВ «Авіакомпанія Скайап» характеризується легкою (мобільною) структурою активів.

Наступним кроком проведемо аналіз рентабельності ТОВ «Авіакомпанія Скайап» (табл. 2.3).

Показники рентабельності будуть розраховані за наступними формулами:

Рентабельність продаж:

$$P_{п} = \frac{ЧП}{ЧД} \quad (2.1)$$

де: ЧП-чистий прибуток;

ЧД-чистий дохід від реалізації.

Рентабельність продажів – це фінансовий показник, який вимірює ефективність роботи компанії з генерування прибутку від своїх продажів. Простіше кажучи, це показує, скільки копійок прибутку отримує компанія з кожної гривні, витраченої на продаж товарів чи послуг [17, с.78].

Рентабельність активів:

$$P_{a} = \frac{ЧП}{A_{cp}} \quad (2.2)$$

де: A_{cp} - середня вартість активів

Рентабельність активів – це фінансовий показник, який вимірює ефективність використання компанією своїх активів для генерування прибутку. Простіше кажучи, він показує, скільки копійок прибутку отримує компанія з кожної гривні, вкладеної в її активи [17, с.78].

Рентабельність власного капіталу:

$$P_{\text{вк}} = \frac{\text{ЧП}}{\text{ВК}_{\text{ср}}} \quad (2.3)$$

де: $\text{ВК}_{\text{ср}}$ - середня вартість власного капіталу.

Рентабельність власного капіталу – це фінансовий показник, який вимірює ефективність використання компанією власного капіталу для генерування прибутку. Простіше кажучи, він показує, скільки копійок прибутку отримує компанія на кожную гривню, вкладену її власниками [17, с. 79].

Рентабельність діяльності:

$$P_{\text{д}} = \frac{\text{ЧП}}{\text{ПВ}} \quad (2.4)$$

де: ПВ-повні витрати.

Рентабельність діяльності (РД) - це фінансовий показник, який вимірює ефективність роботи компанії з генерування прибутку від своєї основної діяльності. Простіше кажучи, вона показує, скільки копійок прибутку отримує компанія з кожної гривні, витраченої на виробництво та продаж товарів чи послуг [17, с. 90].

Таблиця 2.3 – Рентабельність ТОВ «Авіакомпанія Скайап» за 2021-2023 роки, %

Показник	Роки			Абсолютне відхил. (+,-)	
	2021	2022	2023	2022/ 2021	2023/ 2022
1	2	3	4	5	6
Рентабельність продаж	0,27	-21,65	7,79	-21,91	29,44
Рентабельність активів	1,41	-29,59	9,92	-31,00	39,52
Рентабельність власного капіталу	14,51	4159,46	-197,78	4144,95	-4357,24
Рентабельність діяльності	0,27	-17,85	7,42	-18,12	25,27

Джерело: розраховано автором згідно фінансової звітності підприємства

Під час аналізу фінансових показників ТОВ «Авіакомпанія Скайап» за 2021-2023 роки, отриманих звітів компанії, було виявлено наступне. Рентабельність продаж показала поліпшення з 2022 на 2023 рік, що може свідчити про оптимізацію витрат та покращення управлінської ефективності.

Рентабельність активів також відновилося у 2023 році після негативного показника у 2022, що може свідчити про краще використання активів компанією. Однак рентабельність власного капіталу суттєво впала у 2023 році, що може вказувати на фінансові проблеми та неефективне управління. Рентабельність діяльності також показала поліпшення у 2023 році, що може свідчити про покращення ефективності операцій. Ці показники вказують на зміну фінансового стану компанії та необхідність подальшого аналізу для виявлення причин таких змін і розробки стратегій для подальшого покращення фінансової стабільності та результативності.

2.3. Аналіз стану та виявлення проблем якості обслуговування авіапасажирів

На рис. 2.6 представлено графічно систему логістичного обслуговування ТОВ «Авіакомпанія Скайп». Система логістичного обслуговування споживачів цієї компанії є комплексною і добре організованою, що забезпечує ефективну та безперебійну доставку товарів і послуг до клієнтів. Вона охоплює всі ключові етапи логістичного процесу, від планування маршрутів до контролю якості послуг, що надаються.

Основними елементами цієї системи є ретельне планування маршрутів, яке дозволяє оптимізувати час і витрати на транспортування, та управління складськими запасами, що забезпечує своєчасну наявність необхідних товарів. Координація перевезень здійснюється таким чином, щоб мінімізувати час очікування і максимально ефективно використовувати транспортні засоби. Важливим аспектом є також контроль якості послуг, що включає моніторинг усіх етапів логістичного процесу і забезпечення відповідності стандартам якості.

Ця система розроблена з метою максимально задовольнити потреби споживачів, забезпечуючи високу швидкість і надійність доставки. Вона включає не лише транспортування, але й складування, обробку замовлень та інші аспекти логістики, що дозволяє оптимізувати весь логістичний ланцюг компанії. Завдяки ефективній логістичній системі ТОВ «Авіакомпанія Скайп» може забезпечувати високий рівень обслуговування своїх клієнтів, підтримуючи конкурентоспроможність на ринку.



Рисунок 2.6 – Система логістичного обслуговування споживачів ТОВ «Авіакомпанія Скайп»

Джерело: складено автором згідно даних підприємства

Процес логістичного обслуговування клієнтів ТОВ «Авіакомпанія Скайп» можна розбити на наступні етапи:

1. Допродажне обслуговування:

- забезпечення інформацією щодо доступних маршрутів та послуг авіакомпанії;
- пропозиція додаткових послуг, таких як перевезення додаткового багажу, додаткове харчування або пріоритетне розміщення;
- поширення акцій та спеціальних пропозицій для пасажирів.

2. Обслуговування під час продажу:

- забезпечення зручного та ефективного процесу бронювання квитків;
- надання інформації про умови перевезення, правила багажу, правила безпеки тощо;
- підтримка клієнтів під час вибору місць у літаку та інших додаткових послуг.

3. Післяпродажне обслуговування:

- надання допомоги вирішенню питань під час подорожі, таких як зміни в розкладі, втрачений багаж тощо;
- збір відгуків від клієнтів та їх аналіз для покращення сервісу;
- врахування потреб клієнтів при розробці майбутніх маршрутів та послуг.

На сайті компанії представлена різна корисна інформація для пасажирів (рис. 2.7).

Також компанія ТОВ «Авіакомпанії Скайап» співпрацює з туристичними агентствами та партнерами.

Туристичні агенти, що працюють у галузі, знають, що для захоплення уваги мандрівників необхідно представляти їм нові та неочікувані можливості. Авіакомпанія SkyUp Airlines виявляє зацікавленість у співпраці та пропонує широкий спектр інструментів для туристичних агентів по всьому світу. Наразі в нашому партнерстві вже близько 3 700 агентств у 34 країнах. Надана API-інтеграція забезпечує можливість прямої взаємодії вашого веб-сайту з системою бронювання авіакомпанії. Цей функціонал спрощує процес покупки квитків на рейси та доступ до додаткових послуг для ваших клієнтів. Крім того, вона надає вам змогу контролювати та керувати процесом продажу. Ця

інтеграція може бути здійснена як безпосередньо, так і за допомогою технічних посередників. Для отримання більш детальної інформації, просимо звертатися за адресою sales@skyup.aero.

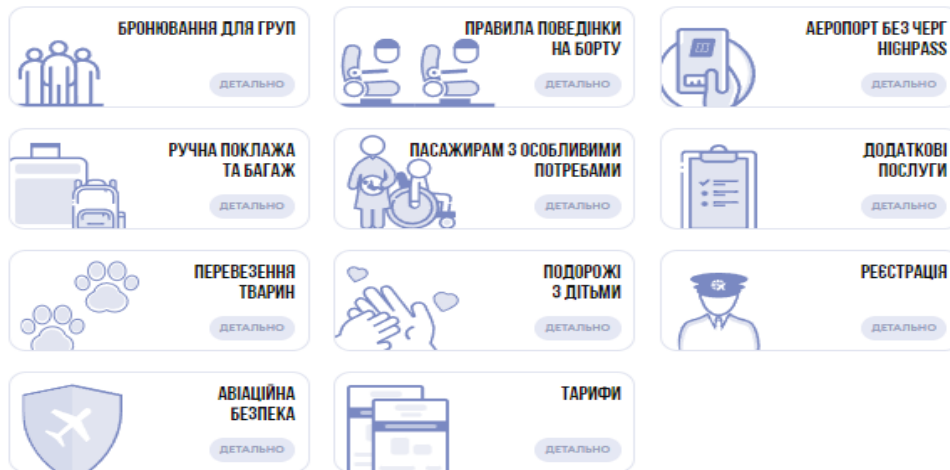


Рисунок 2.7 – Корисна інформація для пасажирів ТОВ «Авіакомпанії Скайап» Джерело: [28]

З аналізу процесу обслуговування клієнтів ТОВ «Авіакомпанія Скайп» підтверджує високий рівень уваги та звернення до потреб клієнтів з боку авіакомпанії. Проаналізовані етапи допродажного, обслуговування під час продажу та післяпродажного обслуговування вказують на систематичний підхід до задоволення потреб клієнтів на кожному етапі взаємодії з ними.

Зокрема, допродажне обслуговування акцентується на наданні інформації та пропозиціях, спрямованих на максимальне зручне та приємне для клієнта планування подорожей. Обслуговування під час продажу відзначається прозорістю, доступністю та підтримкою з боку персоналу, що сприяє ефективному процесу бронювання та упевненості клієнтів у їхній виборі. Післяпродажне обслуговування підтримує клієнтів під час всієї подорожі та після її завершення, що сприяє побудові довгострокових відносин та позитивному враженню від співпраці з авіакомпанією.

Наразі в ТОВ «Авіакомпанія Скайп» діє дві програми лояльності.

SkyUp Club – бонусно-накопичувальна програма, яка дозволяє учасникам заробляти милі за перельоти, покупки в магазинах-партнерів та інші дії. Милі можна використовувати для оплати авіаквитків, надбавок, реєстрації багажу та інших послуг. SkyUp Club пропонує три рівні членства: Bronze, Silver та Gold, кожен з яких має свої переваги.

Sky-Іменинник – програма для відвідувачів Парку сімейного відпочинку SkyUp. Вона дозволяє їм отримувати бонуси за відвідування парку, які потім можна використовувати для оплати вхідних квитків, послуг та подарунків. Отже, аналіз свідчить про те, що ТОВ «Авіакомпанія Скайп» виявляє високий рівень відповідальності перед своїми клієнтами та систематично працює над удосконаленням процесів обслуговування для задоволення їхніх потреб і очікувань.

Логістичні процеси є складовою частиною системи управління підприємством, тому від швидкості, потужності й надійності проходження матеріально-інформаційних потоків по логістичному ланцюгу залежать ступінь задоволення споживачів, прибуток і оборотність оборотних коштів.

Логістичний ланцюжок будується наступним чином (рис. 2.8).

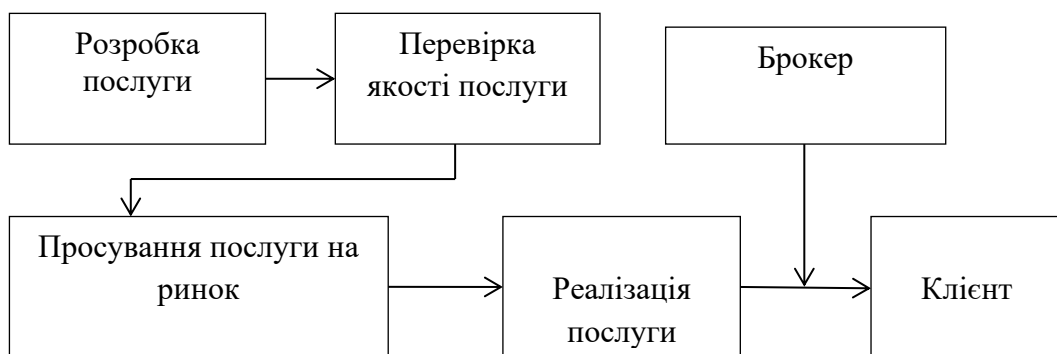


Рисунок 2.8 – Логістичний ланцюг ТОВ «Авіакомпанії Скайп»

Джерело: складено автором

Логістичний підхід до управління системою виконання замовлень клієнтів полягає в інтеграції окремих елементів в єдину логістичну систему, здатну адекватно реагувати на зміни факторів зовнішнього середовища, в

інтеграцію техніки, технології, економіки, методів планування і управління процесами логістичного обслуговування.

Проблеми щодо якості обслуговування авіапасажирів ТОВ «Авіакомпанії Скайап» можна розділити на групи, та зазначити частку того, які з них мають найбільше згадування в негативних коментарях про компанію (рис. 2.9).

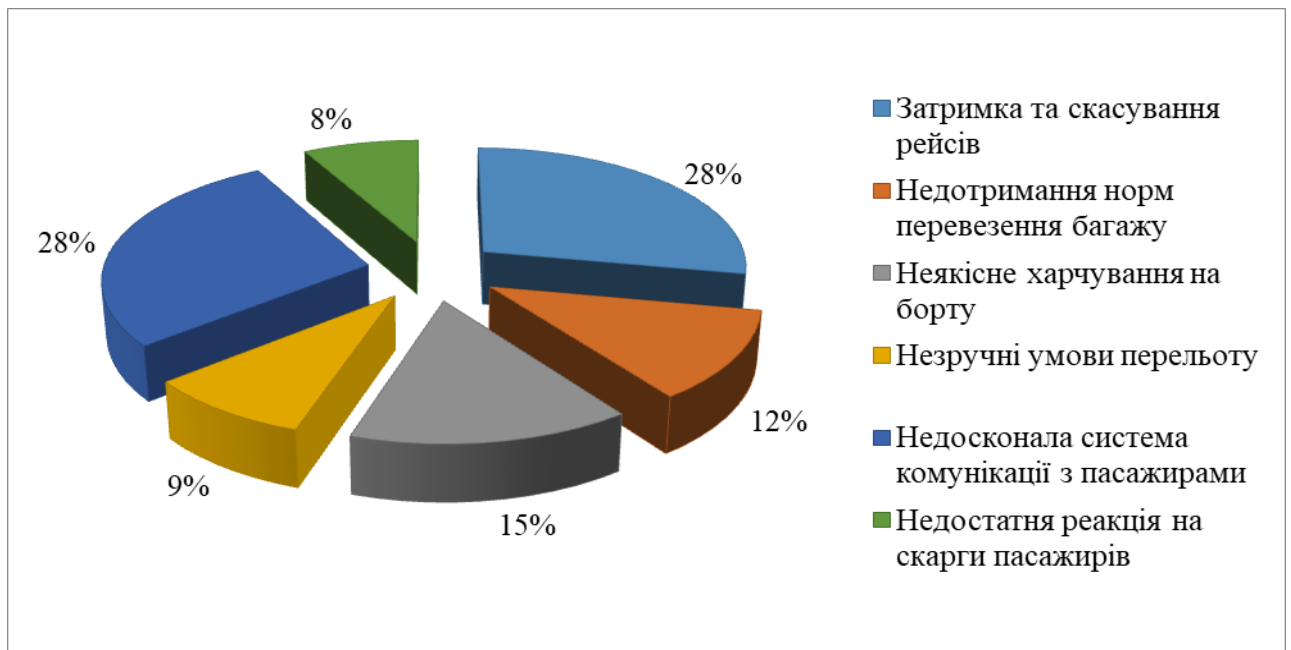


Рисунок 2.9– Проблем якості обслуговування авіапасажирів ТОВ «Авіакомпанії Скайап»

Джерело: складено автором на основі відгуків пасажирів компанії

ТОВ «Авіакомпанія Скайап», подібно до багатьох інших авіакомпаній, стикається з рядом проблем, пов'язаних з якістю обслуговування пасажирів. Найбільш поширеними з них є затримки та скасування рейсів, недотримання норм перевезення багажу, неякісне харчування на борту, незручні умови перельоту та недосконала система комунікації з пасажирями. Затримки та скасування рейсів можуть призвести до значних незручностей та втрати часу. Пасажири також скаржаться на недотримання норм перевезення багажу та стягування плати за ручну поклажу. Харчування на борту літаків часто отримує негативні відгуки, а умови перельоту можуть бути некомфортними.

Крім того, пасажери вказують на недосконалу систему комунікації з авіакомпанією, що може призвести до непорозумінь та роздратування.

Висновки до розділу 2

SkyUp Airlines є діючим членом міжнародних та українських асоціацій, зокрема FIATA, IAM та АМЕУ, та володіє всіма необхідними сертифікатами та ліцензіями. Це свідчить про високий рівень професіоналізму та відповідність міжнародним стандартам у сфері авіаперевезень. Така співпраця забезпечує компанії значні переваги у доступі до міжнародних ринків і підвищує її конкурентоспроможність.

З початком війни в Україні ринок пасажирських авіаперевезень фактично припинив існування через закриття повітряного простору. Незважаючи на це, SkyUp Airlines в 2022 році показала рекордний виторг серед інших авіаперевізників, досягнувши 2 мільярди 756,8 мільйона гривень. Перехід на новий формат роботи, зокрема надання літаків в оренду через АСМІ-контракти, виявився успішним, що підтвердився зростанням доходів у 2023 році.

Аналіз фінансових показників ТОВ «Авіакомпанія Скайап» за 2021-2023 роки виявив позитивні зміни, такі як поліпшення рентабельності продажу та активів, що свідчить про оптимізацію витрат та ефективне управління. Проте, рентабельність власного капіталу суттєво впала у 2023 році, що вказує на необхідність подальшого аналізу та розробки стратегій для покращення фінансової стабільності. Незважаючи на ці виклики, компанія показує здатність адаптуватися до складних умов і впроваджувати інноваційні підходи для підтримки свого розвитку.

РОЗДІЛ 3

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ АВІАПАСАЖИРІВ В ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «АВІАКОМПАНІЯ СКАЙАП»

3.1 Основні напрями удосконалення системи якості обслуговування авіапасажирів

Підвищення якості обслуговування авіапасажирів є критично важливим для забезпечення конкурентоспроможності авіакомпаній у сучасних умовах. З огляду на зростаючі очікування пасажирів щодо комфорту, безпеки та ефективності подорожей, авіакомпанії змушені постійно вдосконалювати свої послуги. Основні напрями удосконалення системи якості обслуговування включають впровадження інноваційних технологій, покращення клієнтського сервісу, оптимізацію логістичних процесів та забезпечення високих стандартів безпеки.

Інноваційні технології, такі як мобільні додатки для бронювання та реєстрації, автоматизовані системи управління багажем та персоналізовані послуги на борту, можуть значно підвищити зручність і задоволення пасажирів. Водночас, важливо забезпечити високу якість обслуговування на всіх етапах подорожі, від бронювання квитків до завершення польоту, що включає оперативне вирішення проблем та ефективну комунікацію з клієнтами. Оптимізація логістичних процесів дозволить зменшити час очікування, покращити управління рейсами та забезпечити більш ефективне використання ресурсів.

Забезпечення високих стандартів безпеки є незмінним пріоритетом для авіакомпаній, адже довіра пасажирів до авіаперевізника значною мірою залежить від його здатності гарантувати безпечність польотів. Підвищення кваліфікації персоналу, регулярне технічне обслуговування літаків та

дотримання міжнародних норм і стандартів є ключовими аспектами, що сприяють покращенню системи якості обслуговування авіапасажирів. Удосконалення цих напрямів забезпечить стійке зростання рівня задоволеності пасажирів та зміцнення репутації авіакомпаній на ринку авіаперевезень.

Виходячи із виявлених проблем, щодо якості обслуговування авіапасажирів ТОВ «Авіакомпанія Скайап» в розділі 1.3. представимо основні напрями удосконалення системи якості обслуговування авіапасажирів з використанням інноваційних технологій, які представимо в табл. 3.1.

Таблиця 3.1 – Удосконалення системи якості обслуговування авіапасажирів ТОВ «Авіакомпанія Скайап» з використанням інноваційних технологій

№	Напрямок	Характеристика
1	2	3
1.	Вдосконалення системи моніторингу та передбачення затримок рейсів	за допомогою аналізу великих обсягів даних (Big Data) та штучного інтелекту (AI), що дозволить компанії більш точно прогнозувати можливі проблеми та уникати їх.
2.	Впровадження системи автоматизованого управління багажем	для запобігання його втраті та недолікам у перевезенні. Це може включати використання RFID-технологій для відстеження багажу в реальному часі.
3.	Покращення харчування на борту	за допомогою інноваційних кулінарних технологій та інтерактивного вибору страв для пасажирів через мобільний додаток або інтернет-портал.
4.	Застосування віртуальної та доповненої реальності	для створення комфортних умов перельоту, наприклад, шляхом створення віртуального туру по літаку перед покупкою квитка або під час польоту.
5.	Розробка мобільного додатку	для пасажирів з можливістю зручного керування бронюванням, отриманням інформації про рейс та затримки, а також спілкування з представниками авіакомпанії.
6.	Покращення системи комунікації з пасажирами	за допомогою онлайн-чатів, відеозв'язку та соціальних мереж для оперативного вирішення питань та надання необхідної інформації.
7.	Впровадження роботизованих систем обслуговування пасажирів	на аеропортах для швидкого та ефективного вирішення їхніх потреб та запитань.

Джерело: складено автором

Одним із ключових аспектів підвищення якості обслуговування авіапасажирів є забезпечення своєчасного виконання рейсів. Для досягнення цієї мети ТОВ «Авіакомпанія Скайап» може впровадити інноваційні технології, такі як аналіз великих обсягів даних (Big Data) та штучний інтелект (AI), які дозволять вдосконалити систему моніторингу та передбачення затримок рейсів. Розглянемо детально, як це може бути реалізовано.

Аналіз великих обсягів даних (Big Data) дозволяє збирати, обробляти та аналізувати величезні масиви інформації в реальному часі. Це включає дані про погодні умови, технічний стан літаків, потоки пасажирів, стан аеропортів, маршрути польотів, тощо. Використовуючи Big Data, авіакомпанія може збирати дані з різних джерел, включаючи метеорологічні служби, системи моніторингу технічного стану літаків, інформацію про завантаженість аеропортів та пасажиропотоки. Це надає можливість отримувати комплексне уявлення про всі фактори, що можуть вплинути на виконання рейсів. На основі зібраних даних можна створювати моделі для прогнозування затримок. Використовуючи історичні дані про польоти, технічні збої, погодні умови та інші фактори, алгоритми машинного навчання можуть ідентифікувати закономірності та передбачати можливі затримки рейсів. Це дозволить авіакомпанії завчасно вживати заходів для мінімізації затримок, наприклад, змінювати маршрути польотів або здійснювати технічне обслуговування літаків.

Штучний інтелект (AI) може автоматично аналізувати дані в режимі реального часу та надавати рекомендації щодо управління рейсами. Наприклад, якщо прогнозується погіршення погодних умов, система може рекомендувати зміну маршруту або перенесення рейсу на інший час. Це знижує навантаження на диспетчерів та підвищує точність прийняття рішень. AI також може аналізувати потоки пасажирів та оптимізувати процеси обслуговування в аеропортах, що зменшить затримки під час посадки та висадки пасажирів.

Впровадження таких інноваційних технологій дозволить ТОВ «Авіакомпанія Скайап» значно підвищити якість обслуговування пасажирів, зменшивши кількість затримок рейсів та забезпечивши своєчасне виконання польотів. Це сприятиме підвищенню задоволеності клієнтів та покращенню репутації авіакомпанії.

Однією з найчастіших скарг пасажирів є втрати або затримки багажу. Для запобігання цим проблемам ТОВ «Авіакомпанія Скайап» може впровадити систему автоматизованого управління багажем. Це включає використання RFID-технологій для відстеження багажу в реальному часі.

RFID-технології (радіочастотна ідентифікація) дозволяють значно покращити точність і швидкість обробки багажу. Кожен багажний відділ оснащується RFID-міткою, яка містить унікальний ідентифікаційний код. Ці мітки можна зчитувати за допомогою спеціальних пристроїв на різних етапах обробки багажу: під час реєстрації, завантаження в літак, розвантаження та доставки пасажиру. Це забезпечує повний контроль над переміщенням багажу та знижує ризик його втрати або неправильного відправлення.

Використання RFID-технологій також дозволяє автоматично оновлювати інформацію про місцезнаходження багажу в режимі реального часу. Це означає, що пасажирів зможуть відслідковувати статус свого багажу через мобільні додатки або спеціальні сервіси на веб-сайті авіакомпанії. У випадку затримки або втрати багажу система швидко ідентифікує місцезнаходження проблемного багажу, що дозволяє оперативно вирішити ситуацію та мінімізувати незручності для пасажирів.

Автоматизація процесу управління багажем також знижує навантаження на персонал аеропорту та підвищує ефективність роботи. Замість ручного введення даних та перевірки багажу, система автоматично реєструє всю необхідну інформацію, що зменшує кількість помилок та скорочує час обробки багажу. Це дозволяє прискорити процес завантаження і розвантаження багажу, зменшуючи затримки рейсів та покращуючи загальну якість обслуговування.

Впровадження системи автоматизованого управління багажем з використанням RFID-технологій дозволить ТОВ «Авіакомпанія Скайап» значно підвищити рівень задоволеності пасажирів, зменшити кількість скарг на втрату та затримки багажу, а також оптимізувати внутрішні процеси обробки багажу. Це сприятиме створенню позитивного іміджу авіакомпанії та залученню нових клієнтів.

Покращення якості харчування на борту є важливим фактором підвищення задоволеності пасажирів. ТОВ «Авіакомпанія Скайап» може досягти цього за рахунок впровадження інноваційних кулінарних технологій та інтерактивного вибору страв для пасажирів через мобільний додаток або інтернет-портал.

Інноваційні кулінарні технології дозволяють створювати більш різноманітне та якісне меню для пасажирів. Використання сучасних методів приготування їжі, таких як су-від, молекулярна гастрономія або 3D-друк їжі, може забезпечити високий рівень якості та смакових характеристик страв. Це також дозволить створювати страви, які зберігають свої властивості та смак навіть після тривалого зберігання та розігрівання.

Інтерактивний вибір страв через мобільний додаток або інтернет-портал надає пасажирам можливість попередньо обирати страви з меню, адаптованого під їхні особисті потреби та уподобання. Це дозволяє враховувати індивідуальні дієтичні обмеження, алергії або переваги в харчуванні. Пасажири можуть вибрати бажані страви до польоту, що дозволяє авіакомпанії заздалегідь підготувати необхідні продукти та забезпечити їх свіжість. Додаток також може включати функції зворотного зв'язку, що дозволяє пасажирам оцінювати якість харчування та пропонувати свої побажання щодо меню. Це допоможе авіакомпанії постійно вдосконалювати свої послуги та адаптувати меню відповідно до потреб клієнтів. Впровадження таких технологій покращить загальне враження від польоту, підвищить рівень задоволеності пасажирів та сприятиме створенню позитивного іміджу авіакомпанії.

Віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR) можуть значно підвищити комфорт і задоволення пасажирів під час перельоту. ТОВ «Авіакомпанія Скайап» може використовувати ці технології для створення віртуального туру по літаку перед покупкою квитка або під час польоту.

Віртуальні тури дозволяють пасажиром заздалегідь ознайомитися з умовами на борту літака. Використовуючи VR-окуляри або мобільні додатки, пасажирі можуть «прогулятися» по салону літака, подивитися розташування місць, розміщення багажних полиць, туалетів та інших зручностей. Це допоможе пасажиром приймати більш обґрунтовані рішення при виборі місць та підвищить їх комфорт під час польоту.

Під час польоту AR-технології можуть використовуватися для надання додаткової інформації та розваг. Наприклад, пасажирі можуть отримувати інформацію про маршрут польоту, визначні місця, які пролітають, або рекомендації щодо розваг та харчування на борту. AR-окуляри або мобільні додатки можуть також надавати інтерактивні ігри та розваги, що дозволить пасажиром більш приємно проводити час під час польоту.

Впровадження VR та AR технологій створить новий рівень комфорту та задоволення пасажирів, зробить політ більш інтерактивним та цікавим, що сприятиме залученню нових клієнтів та підвищенню лояльності існуючих.

Розробка мобільного додатку для пасажирів є важливим етапом у покращенні обслуговування авіакомпанії. Цей додаток повинен надавати пасажиром зручний інструмент для керування бронюванням, отримання інформації про рейс та затримки, а також спілкування з представниками авіакомпанії.

Пасажири повинні мати змогу зручно переглядати свої заброньовані рейси, вносити зміни до бронювання (наприклад, змінювати дату або маршрут) та додавати додаткові послуги (наприклад, багаж, страхування тощо). Додаток також повинен надавати пасажиром повну інформацію про їхні рейси, включаючи час вильоту та прильоту, гейт вильоту, номер рейсу, тип літака, інформацію про пересадки та інше.

Додаток може автоматично сповіщати пасажирів про будь-які зміни у їхніх рейсах, такі як затримки, скасування або зміна гейту вильоту. Пасажири також можуть мати змогу звертатися до представників авіакомпанії через чат або електронну пошту для отримання допомоги або вирішення питань. Додаток може зберігати електронні квитки пасажирів, що дозволяє зручно використовувати їх під час посадки на борт літака.

Покращення системи комунікації з пасажиром є важливим аспектом в роботі авіакомпанії. Використання онлайн-чатів, відеозв'язку та соціальних мереж дозволить оперативно вирішувати питання пасажирів та надавати їм необхідну інформацію.

Онлайн-чати можуть бути використані для оперативного відповіді на запитання пасажирів щодо бронювання, розкладу рейсів, правил перевезення багажу та іншої інформації. Це дозволить пасажирам отримати відповіді на свої запитання без зайвої затримки.

Використання відеозв'язку може стати ефективним інструментом для вирішення складних ситуацій або надання консультацій. Пасажири зможуть звертатися до представників авіакомпанії через відеозв'язок для отримання допомоги або пояснень. Соціальні мережі можуть використовуватися для надання інформації про акції та спеціальні пропозиції авіакомпанії, а також для відповіді на запитання пасажирів та вирішення їхніх проблем. Активна присутність авіакомпанії в соціальних мережах дозволить підтримувати зв'язок з клієнтами і забезпечити їхню задоволеність від обслуговування. Покращення системи комунікації з пасажиром за допомогою онлайн-чатів, відеозв'язку та соціальних мереж сприятиме підвищенню рівня задоволеності клієнтів та покращенню репутації авіакомпанії.

Впровадження роботизованих систем обслуговування пасажирів на аеропортах є важливим кроком у покращенні обслуговування та забезпеченні швидкого та ефективного вирішення потреб та запитань пасажирів. Такі системи можуть включати в себе роботів-помічників, автоматизовані кіоски

для реєстрації та отримання посадкових квитків, а також інші автоматизовані сервіси, а саме:

- роботи-помічники: роботи можуть бути програмовані для надання інформації про термінали, рейси, місця призначення, вказівок щодо реєстрації та безпеки. Вони можуть також допомагати з багажем та надавати інші послуги, що полегшують перебування пасажирів в аеропорту;

- автоматизовані кіоски: кіоски можуть бути використані для швидкої реєстрації на рейс, отримання посадкових квитків та вибору місць у літаку. Це дозволяє пасажирам заощадити час, який вони могли б витратити на чергу до приймального пункту;

- автоматизовані сервіси: додаткові автоматизовані сервіси можуть включати в себе системи відстеження багажу, інформаційні екрани з оновленнями про статус рейсів та інші інтерактивні сервіси для пасажирів.

Впровадження таких систем дозволить підвищити швидкість обслуговування пасажирів, зменшити черги та покращити загальний досвід подорожей.

Отже, у сучасному світі авіаційний сектор постійно змінюється, вимагаючи від авіакомпаній постійного вдосконалення їхніх сервісів та технологій. ТОВ «Авіакомпанія Скайап» не є винятком і стикається з низкою викликів у плані якості обслуговування пасажирів. Важливою частиною вирішення цих викликів є впровадження інноваційних технологій, що дозволяють покращити взаємодію з клієнтами та оптимізувати процеси внутрішньої діяльності. Одним з ключових напрямів удосконалення є вдосконалення системи моніторингу та передбачення затримок рейсів. Використання аналізу великих обсягів даних та штучного інтелекту дозволяє компанії заздалегідь виявляти можливі проблеми та уникати непередбачених ситуацій, що позитивно впливає на репутацію компанії та задоволення пасажирів. Ще одним важливим напрямом є впровадження системи автоматизованого управління багажем. Це дозволить попередити втрати багажу та забезпечити його ефективне перевезення, що підвищить

задоволення клієнтів та знизить витрати на компенсації в разі втрати. До інших перспективних напрямків можна віднести покращення харчування на борту, застосування віртуальної та доповненої реальності для створення комфортних умов перельоту, розробку мобільних додатків для пасажирів та впровадження роботизованих систем обслуговування пасажирів на аеропортах. Розглянуті інноваційні підходи допоможуть підвищити якість обслуговування, зробити перельоти більш комфортними та безпечними, що в свою чергу сприятиме підвищенню конкурентоспроможності ТОВ «Авіакомпанія Скайап» на ринку авіаперевезень.

3.2 Впровадження програми геймфікованої програми лояльності SkyUp_Land та мобільного додатку

Розробка геймфікованої програми лояльності SkyUp_Land для клієнтів авіакомпанії SkyUp може бути ключовим кроком у підвищенні якості обслуговування пасажирів. Ця програма створить інноваційний підхід до взаємодії з клієнтами, забезпечуючи їм цікаві та захоплюючі можливості в рамках мобільного додатку. Така програма буде стимулювати пасажирів до участі в різноманітних акціях, конкурсах та подіях, що підвищить їхню зацікавленість у співпраці з авіакомпанією. Крім того, геймфікована програма лояльності може зробити процес польотів більш захоплюючим та емоційно насиченим для пасажирів, що сприятиме позитивному сприйняттю авіакомпанії та збільшенню лояльності клієнтів. Отже, впровадження геймфікованої програми лояльності SkyUp_Land та мобільного додатку може значно підвищити якість обслуговування пасажирів, зробити взаємодію з авіакомпанією більш цікавою та ефективною, а також привернути більше уваги як постійних, так і потенційних клієнтів.

Концепція SkyUp_Land - це програма лояльності гейміфікує досвід учасників, перетворюючи накопичення миль та інші дії на захоплюючу подорож віртуальним світом SkyUp_Land.

В табл. 3.2. представлено основні елементи програми лояльності під назвою SkyUp_Land.

Таблиця 3.2 – Основні елементи програми лояльності під назвою SkyUp_Land

№	Основні елементи	Характеристика
1	2	3
1.	Віртуальний світ	Створення віртуального острова або архіпелагу SkyUp_Land, де кожен учасник програми отримує свій віртуальний «участок» землі.
2.	Персоналізація	Можливість персоналізувати свій віртуальний «участок» землі, будуючи на ньому будинки, магазини, атракціони та інші об'єкти.
3.	Валюта	Використання віртуальної валюти «SkyUp_Coins», яку можна заробляти за перельоти, покупки в магазинах-партнерів, участь в опитуваннях та інші дії.
4.	Інтерактивні завдання	Розробка інтерактивних завдань та ігор, пов'язаних з авіацією та подорожами, які учасники можуть виконувати, щоб заробляти «SkyUp_Coins» та досвід.
5.	Партнерства	Співпраця з різними брендами та організаціями для надання ексклюзивних пропозицій та винагород учасникам SkyUp Land.

Джерело: розроблено автором

Розглянемо більше детально кожен із напрямків.

Створення віртуального світу SkyUp_Land - це новаторська ідея, що дозволить кожному учаснику програми лояльності авіакомпанії SkyUp отримати свій власний віртуальний «участок» землі. Такий підхід створить унікальну та захопливу ігрову платформу, де пасажери зможуть відчутти себе частинкою креативного та захоплюючого світу авіації. Кожен учасник програми може створювати та прикрашати свій віртуальний участок, обмінюватися враженнями з іншими учасниками, брати участь у віртуальних подіях та акціях, які організовуються авіакомпанією. Такий підхід дозволить пасажерам не лише отримувати приємні бонуси та пільги від авіакомпанії, а й

насолоджуватися креативним процесом та спілкуванням з іншими учасниками програми. Створення віртуального світу SkyUp_Land може відкрити нові можливості для покращення взаємодії клієнтів з авіакомпанією, забезпечивши їм унікальний та захоплюючий досвід спілкування та співпраці. Такий підхід сприятиме підвищенню якості обслуговування пасажирів та збільшенню лояльності клієнтів.

Персоналізація віртуального «участка» землі в SkyUp_Land дає можливість учасникам програми лояльності створювати унікальне та індивідуальне середовище, яке відображає їхні вподобання та стиль. Кожен учасник може будувати на своїй «ділянці» будинки, магазини, атракціони та інші об'єкти, створюючи таким чином свій власний унікальний віртуальний світ. Це може стати прекрасною можливістю для самовираження та реалізації творчих ідей. Крім того, персоналізація «ділянки» землі може створити платформу для спілкування та взаємодії між учасниками програми, що підвищить їхню залученість та зацікавленість у співпраці з авіакомпанією. Такий підхід до створення віртуального світу може підвищити якість обслуговування пасажирів та зробити взаємодію з авіакомпанією ще більш захоплюючою та цікавою для клієнтів.

Використання віртуальної валюти "SkyUp_Coins" в рамках програми лояльності SkyUp_Land є інноваційним підходом, який дозволяє пасажирам заробляти монети за різні дії та використовувати їх для отримання різноманітних переваг та пільг від авіакомпанії. Така система стимулює пасажирів активно взаємодіяти з авіакомпанією та залучає їх до участі в програмі лояльності. Пасажири можуть заробляти "SkyUp_Coins" за кожен переліт, покупки в магазинах-партнерах авіакомпанії, участь в опитуваннях та інші дії, що сприяють розвитку та популярності програми. Зароблені монети можна використовувати для придбання більш комфортних місць у літаку, додаткових послуг під час польоту, знижок на наступні покупки та інших бонусів. Така система віртуальної валюти дозволяє пасажирам відчувати себе частиною програми лояльності та отримати додаткові переваги за активну

участь в житті авіакомпанії. Крім того, це створює додатковий стимул для пасажирів обирати авіакомпанію SkyUp та підвищує рівень задоволеності від обслуговування.

Розробка інтерактивних завдань та ігор, пов'язаних з авіацією та подорожами, є цікавим та захоплюючим способом для учасників програми лояльності заробляти «SkyUp_Coins» та додатковий досвід. Ці завдання можуть включати в себе різноманітні завдання та виклики, які стимулюють учасників досліджувати світ авіації та подорожей. Наприклад, учасникам можуть запропонувати пройти віртуальний квест, де вони мають виконати різні завдання пов'язані зі знанням авіаційної справи, історією авіації, вирішенням різних ситуацій під час польоту тощо. Такі інтерактивні завдання можуть бути доступні через мобільний додаток SkyUp_Land та забезпечити учасникам цікавий та пізнавальний досвід. Крім того, ігри та завдання можуть включати в себе також віртуальні подорожі до різних країн та міст, де учасникам доведеться виконувати різноманітні завдання, щоб отримати більше «SkyUp_Coins» та підняття рівня досвіду. Такий підхід дозволить залучити учасників до програми лояльності та зробити їхню участь в ній ще більш цікавою та захоплюючою.

Співпраця з різними брендами та організаціями для надання ексклюзивних пропозицій та винагород учасникам SkyUp_Land може значно збільшити привабливість програми лояльності та залучити нових учасників. Партнерство з відомими брендами може включати надання знижок на товари та послуги, спеціальні пропозиції для власників «SkyUp_Coins», а також можливість заробити додаткові монети за покупки у партнерів. Такий підхід дозволить пасажирам отримати більше переваг за участь у програмі лояльності, а також стимулюватиме їх до активної участі та взаємодії з авіакомпанією. Крім того, співпраця з різними брендами та організаціями може допомогти авіакомпанії привернути увагу нової аудиторії та підвищити свій імідж як модернізованої та інноваційної компанії.

Переваги цієї програми лояльності полягають у ряді ключових аспектів. По-перше, вона вигідно виділяється захопливістю, завдяки застосуванню елементів гейміфікації та створенню віртуального світу, що робить її цікавішою, ніж традиційні програми нагородження миль. Друге, програма надає можливість персоналізації, дозволяючи учасникам створювати унікальний віртуальний «участок» землі та отримувати індивідуалізований досвід. Третє, вона сприяє підвищенню залученості, оскільки пропонує інтерактивні завдання, ігри та соціальні елементи. Четверте, вона сприяє збільшенню лояльності, створюючи більш емоційний зв'язок з учасниками та підвищуючи їхню вірність ТОВ «Авіакомпанія Скайап». Нарешті, програма дозволяє збирати цінні дані про поведінку та вподобання учасників, що можна використовувати для покращення послуг компанії ТОВ «Авіакомпанія Скайап».

Впровадження гейміфікованої програми лояльності SkyUp_Land з мобільним додатком можна вважати частиною управління якістю обслуговування авіапасажирів з використанням інноваційних технологій. Гейміфікація – це використання елементів гри (таких як правила, завдання, винагороди) для стимулювання певних дій або поведінки користувачів. Впровадження гейміфікованої програми лояльності може допомогти авіакомпанії покращити взаємодію з пасажиром, зробити процеси більш захоплюючими та забезпечити більшу участь пасажирів у програмі лояльності. Мобільний додаток може стати центральним інструментом управління цією програмою, надаючи пасажиром можливість зареєструватися, взаємодіяти з гейміфікованими елементами програми, отримувати винагороди та бонуси, а також отримувати персоналізовані пропозиції та інформацію про акції та події. Таким чином, гейміфікована програма лояльності з мобільним додатком може значно покращити взаємодію авіакомпанії з пасажиром та зробити процес обслуговування більш ефективним та захоплюючим за допомогою інноваційних технологій.

Таблиця 3.3 – Бюджет витрат на впровадження програми геймфікованої програми лояльності SkyUp_Land та мобільного додатку

Стаття витрат	Опис	Деталізація	Сума тис. грн.
1	2	3	4
Розробка програмного забезпечення	- розробка та дизайн геймфікованої платформи SkyUp_Land; - розробка мобільного додатку для iOS та Android	- розробка ігрової механіки (система балів, рівнів, значків, досягнень); - дизайн інтерфейсу користувача (UI/UX); - розробка API для інтеграції з іншими системами; - розробка нативних додатків для iOS та Android; - інтеграція з платформою SkyUp_Land; - публікація в App Store та Google Play.	9700
Інтеграція з існуючими системами	- інтеграція з системою бронювання авіаквитків; - інтеграція з системою управління клієнтами	- розробка API для обміну даними; - налаштування синхронізації даних; - тестування інтеграції.	3000
Маркетинг та просування	- рекламна кампанія з запуску програми; - промо-матеріали для клієнтів	- розробка маркетингової стратегії; - створення рекламних матеріалів; - розміщення реклами в ЗМІ та онлайн-каналах; - проведення конкурсів та розіграшів; - розробка та друк промо-матеріалів (буклети, флаєри, листівки).	900
Персонал	- набір та навчання персоналу для підтримки програми	- менеджери з обслуговування клієнтів (підтримка програми, відповіді на запитання) - розробники програмного забезпечення (доопрацювання та підтримка платформи та мобільного додатку); - маркетологи (просування програми, аналіз даних).	900
Інші витрати	- оренда серверів та хостинг; - ліцензії на програмне забезпечення	- оренда серверів для розміщення платформи та мобільного додатку; - зберігання даних користувачів; - ліцензії на стороннє програмне забезпечення (бази даних, інструменти розробки).	870
Разом			15370

Джерело: складено автором

В табл. 3.3 представлено бюджет витрат на впровадження програми геймфікованої програми лояльності SkyUp_Land та мобільного додатку.

Отже, загальний бюджет витрат на впровадження програми геймфікованої програми лояльності SkyUp_Land та мобільного додатку складе 15370 тис.грн. або 15,4 млн грн.

3.3 Економічний ефект практичної реалізації запропонованих рішень

В табл. 3.4 проведено розрахунок збільшення чистого прибутку після впровадження програми геймфікованої програми лояльності SkyUp_Land та мобільного додатку для клієнтів ТОВ «Авіакомпанія Скайап».

Таблиця 3.4 – Додатковий чистий прибуток після впровадження програми геймфікованої програми лояльності SkyUp_Land та мобільного додатку для клієнтів ТОВ «Авіакомпанія Скайап»

Показник	За 2023 рік	В рік впровадження
1	2	3
Кількість пасажирів, осіб	2280000	x
Збільшення кількості пасажирів (осіб)	5%	114000
Прибуток від реалізації, тис.грн.	331892	x
Збільшення прибутку від реалізації пропорційно збільшення % кількості пасажирів	5%	16595
Податко на прибуток, 18%	x	2987
Чистий прибуток, тис.грн.	x	13608

Джерело: розраховано автором

Отже, додатковий чистий прибуток після впровадження програми геймфікованої програми лояльності SkyUp_Land та мобільного додатку для

клієнтів ТОВ «Авіакомпанія Скайап» складе 13,608 тис. грн. Це значний фінансовий приріст, який можна очікувати протягом реалізації проекту.

Умовно беремо, що даний прибуток буде рівномірним протягом 4 років реалізації даної проектною пропозиції. Це означає, що щорічно компанія зможе отримувати додатково 3,402 тис. грн чистого прибутку.

Обираємо аналіз на 4 роки, оскільки саме цей період вважаємо найбільш актуальним для реалізації даної пропозиції. Вибір саме такого періоду обумовлений швидкими темпами змін у технологічній сфері та ринку мобільних додатків. Відомо, що мобільні додатки та цифрові рішення мають відносно короткий життєвий цикл, оскільки технології швидко розвиваються і потребують регулярного оновлення та адаптації до нових вимог і стандартів.

Більше ніж 4 роки не є доцільним для аналізу, оскільки такі заходи, як мобільні додатки, втрачають свою актуальність досить швидко. За цей час можуть з'явитися нові технології, які вимагатимуть повного перероблення існуючих рішень. Відповідно, через 4 роки програма SkyUp_Land та мобільний додаток потребуватимуть абсолютної і повної заміни, що передбачає нові інвестиції.

Таким чином, інвестиції в програму лояльності SkyUp_Land та мобільний додаток повинні бути спрямовані на максимальне використання можливостей протягом найближчих чотирьох років. Це дозволить не тільки підвищити задоволення клієнтів та їхню лояльність до авіакомпанії SkyUp, але й забезпечити значний фінансовий приріст для компанії в коротко- та середньостроковій перспективі.

Для того щоб розрахувати дисконтований грошовий потік за пропозицією, потрібно визначити ставку дисконтування. Ставка дисконтування використовується для приведення майбутніх грошових потоків до їх поточної вартості, враховуючи фактор часу та ризику, пов'язані з проектом.

Ставка дисконтування складається з кількох компонентів:

– темп інфляції – це показник, який відображає загальне зростання цін на товари та послуги за певний період. У нашому випадку темп інфляції в 2023 році становить 12,9%;

– облікова ставка НБУ з рефінансування – це процентна ставка, за якою Національний банк України надає кредити комерційним банкам. Вона визначає вартість грошей на ринку і впливає на рівень процентних ставок у країні. Станом на 2023 рік облікова ставка НБУ з рефінансування становить 19%;

– ставка по ризиках проекту – це додаткова премія за ризики, пов'язані з реалізацією конкретного проекту. Вона враховує непевність щодо успіху проекту, можливі затримки, фінансові втрати тощо. У нашому випадку ставка по ризиках проекту складає 7,6%.

Отже, ставка дисконтування складе 40%, з них:

- 12,9% — темп інфляції в 2023 році,
- 19% — облікова ставка НБУ з рефінансування,
- 7,6% — ризики за проектом.

Ця ставка дисконтування відображає загальний рівень вартості капіталу, який компанія повинна враховувати при оцінці доцільності інвестицій у проект. Використовуючи цю ставку, можна привести майбутні грошові потоки від проекту до їх поточної вартості та зробити висновок про його фінансову ефективність.

Проведемо розрахунок коефіцієнту дисконтування:

$$1 \text{ рік: } (1+0,39)=1,39$$

$$2 \text{ рік: } (1+0,39)^2=1,9321$$

$$3 \text{ рік: } (1+0,39)^3=2,68562$$

$$4 \text{ рік: } (1+0,39)^4=3,73301$$

Наступним кроком проведемо розрахунок чистого дисконтового грошового потоку за проектним впровадженням.

$$1 \text{ рік: } 13608/1,39=9789,9 \text{ тис.грн.}$$

$$2 \text{ рік: } 13608/1,9321=7043,1 \text{ тис.грн.}$$

3 рік: $13608/2,68562=5066,9$ тис.грн.

4 рік: $13608/3,73301=3645,3$ тис.грн.

На рис. 3.1 представлено динаміку чистого дисконтованого потоку за проєктом впровадження, а саме впровадження програми геймфікованої програми лояльності SkyUp_Land та мобільного додатку для клієнтів ТОВ «Авіакомпанія Скайап».

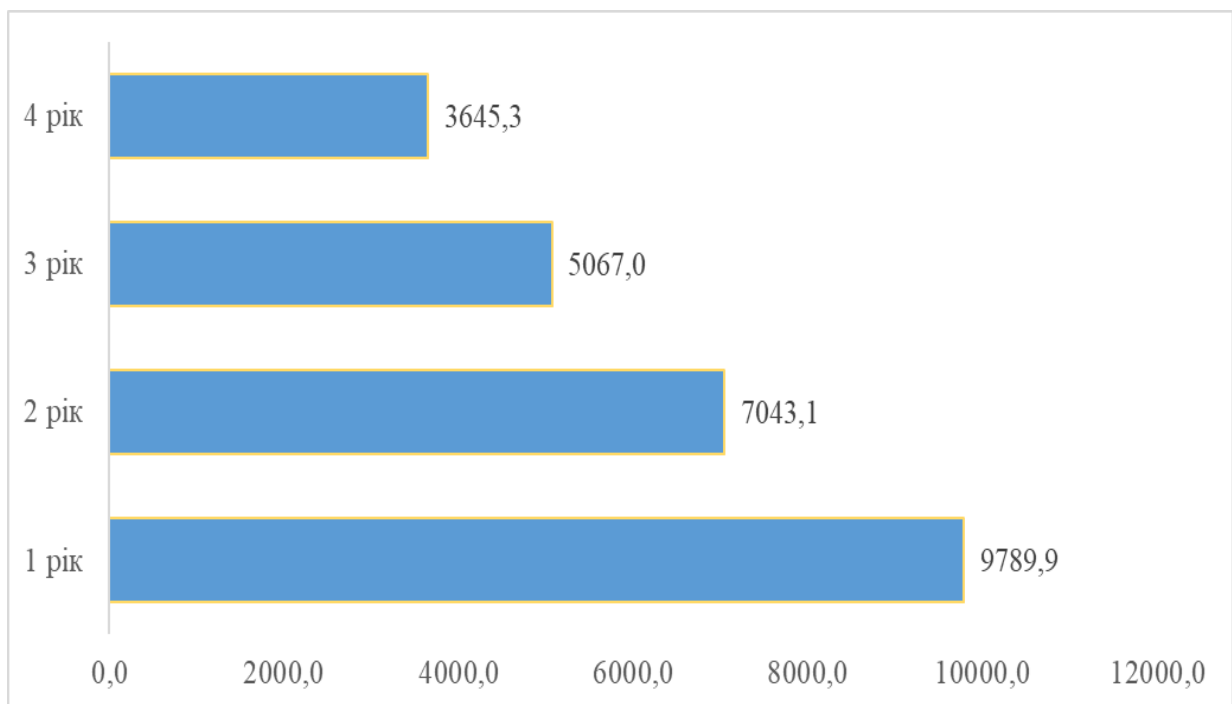


Рисунок 3.1 – Динаміка чистого дисконтованого доходу за проєктом впровадження, тис. грн.

Джерело розраховано автором

Отже, загальна сума чистого дисконтованого доходу за проєктом впровадження за 4 роки складе 25545,3 тис. грн.

Наступним кроком проведемо розрахунок чистої приведеної вартості (Net Present Value, NPV) за інвестиційним проєктом щодо впровадження програми геймфікованої програми лояльності SkyUp_Land та мобільного додатку для клієнтів ТОВ «Авіакомпанія Скайап».

Розрахунок NPV дозволяє визначити, чи є інвестиційний проєкт економічно доцільним. Цей показник враховує майбутні грошові потоки, які

генеруються проектом, та порівнює їх з початковими інвестиціями, враховуючи час і ризику.

Для проведення розрахунку NPV необхідно виконати наступні кроки:

– визначення грошових потоків - проект SkyUp_Land передбачає створення додаткових грошових потоків завдяки залученню нових клієнтів та підвищенню лояльності існуючих. Впровадження програми лояльності та мобільного додатку дозволить авіакомпанії отримувати стабільний додатковий прибуток, який умовно буде рівним протягом 4 років. Вже визначили, що додатковий чистий прибуток складе 13,608 тис. грн щорічно;

– визначення ставки дисконтування: ставка дисконтування відображає вартість капіталу та ризику, пов'язані з проектом. Вона складається з темпу інфляції, облікової ставки НБУ з рефінансування та ризиків проекту. У нашому випадку ставка дисконтування складає 40%, що включає 12,9% темпу інфляції в 2023 році, 19% облікової ставки НБУ з рефінансування та 7,6% ризиків проекту;

– визначення початкових інвестицій: для впровадження програми лояльності та мобільного додатку необхідно здійснити початкові інвестиції. Ці інвестиції включають витрати на розробку мобільного додатку, маркетинг, навчання персоналу та інші пов'язані з проектом витрати. Передбачимо, що початкові інвестиції складатимуть 15370 тис. грн. (витрати розписані в табл. 3.3);

– розрахунок чистої приведеної вартості (NPV). NPV розраховується шляхом приведення майбутніх грошових потоків до поточної вартості з урахуванням ставки дисконтування та віднімання початкових інвестицій. Позитивне значення NPV свідчить про те, що проект є фінансово доцільним і генерує додаткову вартість для компанії.

Чиста приведена вартість показує, наскільки вигідним є інвестиційний проект з урахуванням фактору часу та ризиків. Позитивне значення NPV означає, що доходи від проекту перевищують витрати, що робить його привабливим для інвестування.

Розрахунки чистого приведеного доходу за проектом впровадження представимо в табл. 3.5.

Отже, чистий приведений дохід за проектом впровадження програми геймфікованої програми лояльності SkyUp_Land та мобільного додатку для клієнтів ТОВ «Авіакомпанія Скайап» склав 10175,3 тис. грн. Це свідчить про економічну доцільність проекту, оскільки додаткові доходи, отримані від впровадження інноваційної програми лояльності та мобільного додатку, значно перевищують початкові інвестиції.

Таблиця 3.5 – Розрахунок чистого приведеного доходу за проектом впровадження

Роки	Інвестиції, тис. грн	Чистий дисконтований грошовий потік, тис. грн	Чиста приведена вартість, тис. грн.
1	2	3	4
0 рік	-15370	x	x
1 рік	x	9789,9	-5580,1
2 рік	x	7043,1	1463,0
3 рік	x	5067,0	6530,0
4 рік	x	3645,3	10175,3
Разом	x	25545,3	x

Джерело: розраховано та складено автором

Індекс прибутковості (Profitability Index, PI) є важливим показником для оцінки інвестиційних проектів. Він визначає відношення теперішньої вартості майбутніх грошових потоків до початкових інвестицій. Значення індексу прибутковості виражається у вигляді коефіцієнта, який показує, скільки гривень повертається на кожну вкладену гривню.

Індекс прибутковості допомагає оцінити ефективність проекту з точки зору його здатності генерувати прибуток. Значення PI більше 1 свідчить про те, що проект є вигідним, оскільки повернення перевищує вкладені кошти. Це дозволяє інвесторам зробити обґрунтовані висновки щодо доцільності вкладень.

Під час порівняння кількох проектів індекс прибутковості допомагає визначити найбільш привабливий варіант. Проект з вищим значенням PI є більш привабливим для інвесторів, оскільки обіцяє вищу віддачу на вкладені кошти. Це дозволяє компанії зробити вибір на користь найбільш вигідного проекту.

Для компаній, що обмежені в ресурсах, аналіз PI допомагає визначити, які проекти слід реалізовувати в першу чергу. Це сприяє ефективному розподілу ресурсів і підвищенню загальної прибутковості підприємства. Таким чином, аналіз індексу прибутковості є необхідним етапом при оцінці інвестиційних проектів, оскільки дозволяє прийняти обґрунтовані рішення та оптимізувати використання ресурсів.

$$\text{Індекс прибутковості} = 25545,3/15370=1,67$$

Отже, індекс прибутковості за проектом впровадження програми геймфікованої програми лояльності SkyUp_Land та мобільного додатку для клієнтів ТОВ «Авіакомпанія Скайап» склав 1,67.

Наступним кроком проведемо розрахунок терміну окупності:

$$\text{Термін окупності:} = 1 + 5580,1/7043,1 = 1,8 \text{ рік}$$

Отже, загальний висновок буде таким: індекс прибутковості за проектом впровадження програми геймфікованої програми лояльності SkyUp_Land та мобільного додатку для клієнтів ТОВ «Авіакомпанія Скайап» склав 1,67. Це свідчить про те, що проект є вигідним, оскільки на кожен вкладений гривню компанія отримує 1,67 гривні доходу. Це значення PI перевищує одиницю, що є показником прибутковості і обґрунтовує інвестиції в даний проект.

Розрахунок терміну окупності проекту показав, що він становить 1,8 роки. Це означає, що вкладені кошти повернуться через менш ніж два роки,

що є досить коротким терміном окупності і свідчить про швидку віддачу від інвестицій.

Отже, чистий приведений дохід за проектом впровадження програми геймфікованої програми лояльності SkyUp_Land та мобільного додатку для клієнтів ТОВ «Авіакомпанія Скайап» склав 10175,3 тис. грн., а інвестиції склали 15370 тис. грн. Це свідчить про позитивний грошовий потік та значну прибутковість проекту.

Враховуючи високий індекс прибутковості, короткий термін окупності, значний чистий приведений дохід та відносно невеликі інвестиції, проект впровадження програми лояльності SkyUp_Land та мобільного додатку є доцільним і ефективним. Це забезпечить не тільки збільшення доходів компанії, але й підвищення лояльності клієнтів, залучення нових користувачів та зміцнення конкурентних позицій на ринку.

Висновки до розділу 3

У сучасному світі авіаційний сектор швидко розвивається, вимагаючи від компаній постійного вдосконалення сервісів та технологій. Авіакомпанія SkyUp активно впроваджує інноваційні підходи, такі як аналіз даних для передбачення затримок рейсів та автоматизоване управління багажем, щоб поліпшити якість обслуговування та зробити перельоти більш комфортними та безпечними, що допоможе збільшити її конкурентоспроможність на ринку авіаперевезень.

Пропонується впровадження програми геймфікованої програми лояльності SkyUp_Land та мобільного додатку для пасажирів авіакомпанії SkyUp. Програма передбачає створення віртуального світу, де кожен учасник отримує віртуальний "участок" землі, можливість персоналізації та будівництва об'єктів, використання віртуальної валюти для заробітку та

інтерактивних завдань для отримання додаткових вигод. Також передбачається співпраця з партнерами для надання ексклюзивних пропозицій учасникам.

Проект впровадження програми геймфікованої програми лояльності SkyUp_Land та мобільного додатку для клієнтів ТОВ «Авіакомпанія Скайап» є ефективним та доцільним за умови індексу прибутковості 1,67, короткого терміну окупності в 1,8 роки, чистого приведенного доходу у розмірі 10175,3 тис. грн та відносно невеликих інвестицій у розмірі 15370 тис. грн. Проект дозволить підвищити доходи компанії, покращити лояльність клієнтів та зміцнити конкурентоспроможність на ринку.

ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

Якість логістичного обслуговування споживачів є критичним фактором успіху для будь-якого підприємства, що займається поставками товарів або послуг. Це включає точність, швидкість та надійність доставки, що забезпечує задоволення потреб клієнтів та підвищує їхню лояльність. Основними складовими якості логістичного обслуговування є своєчасність, точність виконання замовлень, доступність інформації про стан доставки та гнучкість у реагуванні на змінні потреби споживачів. Логістичні компанії постійно вдосконалюють свої процеси, впроваджуючи новітні технології та оптимізуючи операції для забезпечення високої якості обслуговування. Використання автоматизації та цифрових інструментів дозволяє підвищити точність обробки замовлень і знизити рівень помилок, що позитивно впливає на загальний досвід споживачів. Також важливою складовою є забезпечення прозорості логістичних процесів, що дозволяє клієнтам відслідковувати свої замовлення в режимі реального часу. Таким чином, висока якість логістичного обслуговування споживачів є конкурентною перевагою, яка сприяє утриманню клієнтів та підвищенню їхньої задоволеності. Це досягається завдяки постійному вдосконаленню логістичних процесів, впровадженню інновацій та орієнтації на потреби споживачів. В результаті, компанії, що надають високоякісне логістичне обслуговування, отримують вищу довіру та визнання з боку своїх клієнтів.

Обслуговування пасажирів в авіаційній галузі є складним і багатогранним процесом, який включає численні етапи та взаємодії між пасажирами і персоналом авіакомпаній. Важливими аспектами є забезпечення безпеки, комфортного перебування на борту, своєчасність рейсів та високий рівень сервісу. Крім того, авіакомпанії зобов'язані дотримуватися міжнародних стандартів та нормативних вимог, що регламентують різні аспекти пасажирських перевезень. Особлива увага приділяється комфортності

пасажирів на всіх етапах подорожі, починаючи з реєстрації на рейс та закінчуючи отриманням багажу. Також важливим є забезпечення високого рівня обслуговування на борту, включаючи харчування, розважальні програми та комфортні умови для відпочинку. Таким чином, успіх авіакомпанії значною мірою залежить від здатності забезпечити високий рівень обслуговування пасажирів. Це включає інвестування в сучасні технології, постійне навчання персоналу та дотримання стандартів якості. Завдяки цьому авіакомпанії можуть підвищувати задоволеність пасажирів, що, в свою чергу, сприяє їхньому зростанню та зміцненню конкурентних позицій на ринку.

Світовий ринок інноваційних технологій у сфері обслуговування авіапасажирів динамічно розвивається, відповідаючи на зростаючі вимоги та очікування пасажирів. Основні тренди включають впровадження штучного інтелекту, автоматизацію процесів та використання великих даних для аналізу поведінки клієнтів. Ці технології дозволяють авіакомпаніям надавати персоналізовані послуги, підвищувати ефективність операцій та покращувати загальний досвід пасажирів. Таким чином, інноваційні технології стають ключовим елементом у розвитку авіаційної галузі та підвищенні рівня обслуговування пасажирів. Вони дозволяють авіакомпаніям адаптуватися до змінних умов ринку, підвищувати ефективність операцій та забезпечувати високий рівень комфорту для пасажирів. В результаті, компанії, що активно впроваджують інновації, отримують конкурентні переваги та збільшують свою частку на світовому ринку авіаперевезень.

У сучасному світі авіаційний сектор постійно змінюється, вимагаючи від авіакомпаній постійного вдосконалення їхніх сервісів та технологій. ТОВ «Авіакомпанія Скайап» не є винятком і стикається з низкою викликів у плані якості обслуговування пасажирів. Важливою частиною вирішення цих викликів є впровадження інноваційних технологій, що дозволяють покращити взаємодію з клієнтами та оптимізувати процеси внутрішньої діяльності. Одним з ключових напрямів удосконалення є вдосконалення системи моніторингу та передбачення затримок рейсів. Використання аналізу великих

обсягів даних та штучного інтелекту дозволяє компанії заздалегідь виявляти можливі проблеми та уникати непередбачених ситуацій, що позитивно впливає на репутацію компанії та задоволення пасажирів. Ще одним важливим напрямом є впровадження системи автоматизованого управління багажем. Це дозволить попередити втрати багажу та забезпечити його ефективно перевезення, що підвищить задоволення клієнтів та знизить витрати на компенсації в разі втрати. До інших перспективних напрямків можна віднести покращення харчування на борту, застосування віртуальної та доповненої реальності для створення комфортних умов перельоту, розробку мобільних додатків для пасажирів та впровадження роботизованих систем обслуговування пасажирів на аеропортах. Розглянуті інноваційні підходи допоможуть підвищити якість обслуговування, зробити перельоти більш комфортними та безпечними, що в свою чергу сприятиме підвищенню конкурентоспроможності ТОВ «Авіакомпанія Скайап» на ринку авіаперевезень.

Розробка гейміфікованої програми лояльності SkyUp_Land для клієнтів авіакомпанії SkyUp може бути ключовим кроком у підвищенні якості обслуговування пасажирів. Ця програма створить інноваційний підхід до взаємодії з клієнтами, забезпечуючи їм цікаві та захоплюючі можливості в рамках мобільного додатку. Така програма буде стимулювати пасажирів до участі в різноманітних акціях, конкурсах та подіях, що підвищить їхню зацікавленість у співпраці з авіакомпанією. Крім того, гейміфікована програма лояльності може зробити процес польотів більш захоплюючим та емоційно насиченим для пасажирів, що сприятиме позитивному сприйняттю авіакомпанії та збільшенню лояльності клієнтів. Отже, впровадження гейміфікованої програми лояльності SkyUp_Land та мобільного додатку може значно підвищити якість обслуговування пасажирів, зробити взаємодію з авіакомпанією більш цікавою та ефективною, а також привернути більше уваги як постійних, так і потенційних клієнтів.

Отже, загальний висновок буде таким: індекс прибутковості за проектом впровадження програми геймфікованої програми лояльності SkyUp_Land та мобільного додатку для клієнтів ТОВ «Авіакомпанія Скайап» склав 1,67. Це свідчить про те, що проект є вигідним, оскільки на кожную вкладену гривню компанія отримує 1,67 гривні доходу. Це значення РІ перевищує одиницю, що є показником прибутковості і обґрунтовує інвестиції в даний проект.

Розрахунок терміну окупності проекту показав, що він становить 1,8 роки. Це означає, що вкладені кошти повернуться через менш ніж два роки, що є досить коротким терміном окупності і свідчить про швидку віддачу від інвестицій.

Отже, чистий приведений дохід за проектом впровадження програми геймфікованої програми лояльності SkyUp_Land та мобільного додатку для клієнтів ТОВ «Авіакомпанія Скайап» склав 10175,3 тис. грн., а інвестиції склали 15370 тис. грн. Це свідчить про позитивний грошовий потік та значну прибутковість проекту.

Враховуючи високий індекс прибутковості, короткий термін окупності, значний чистий приведений дохід та відносно невеликі інвестиції, проект впровадження програми лояльності SkyUp_Land та мобільного додатку є доцільним і ефективним. Це забезпечить не тільки збільшення доходів компанії, але й підвищення лояльності клієнтів, залучення нових користувачів та зміцнення конкурентних позицій на ринку.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ

1. Бондаренко О.О. Особливості надання та оцінювання логістичного обслуговування. Вісник НТУ «ХПІ». 2015. №52. С. 17–20.
2. Гурч Л.М. Логістика: навч. посіб. для студентів ВНЗ. Нац. трансп. ун-т. - 2-ге вид. Київ : НТУ, 2020. 507 с.
3. Запша Г.М., Сахацький М.П., Мельничук О.І. Логістика: навч. посіб. Одес. держ. аграр. ун-т, Каф. менеджменту. Одеса : Астропринт, 2020. 314 с.
4. Іванов М.М. Операційний менеджмент: навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2012. 368 с.
5. Крикавський Є.В. Логістичне управління: підручник. НУ Львівська політехніка, 2012. 351 с.
6. Лященко О.В. Проблеми оцінки ефективності використання інноваційного потенціалу підприємства. Економічний вісник Донбасу. № 2 (20). 2010. С. 176-180.
7. Ліпич О. М. Удосконалення організаційних структур виробничих систем. Науковий вісник. 2018. №12. С. 205-208.
8. Логістика. Авіаційна логістика. Методичні рекомендації до виконання кваліфікаційної роботи для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент» освітньо-професійних програм «Логістика», «Авіаційна логістика» / Уклад.: С.В. Смерічевська, І.М. Суворова, В.Є. Марчук, О.В. Позняк. К.: НАУ, 2024. 50 с.
9. Макаровська Т.П. Економіка підприємства: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Т.П. Макаровська, Н.М. Бондар. К.: МАУП, 2016. 304 с.
10. Малюк В. І. Проектування структур виробничих підприємств: М.: Бізнес. преса, 2022. 320 с.
11. Мідляр А. К. Стратегія управління матеріально-технічною базою підприємства: дис. канд. екон. наук: 08.00.05 Мідляр Алла Константинівна, К., 2021. 122 с.

12. Микитенко Н.В. Операційний менеджмент. Практикум: навч. посіб.К.: КНТЕУ, 2015. 197 с.
13. Менеджмент, маркетинг і логістика: навч. посіб. А. П. Бочковський, Н. Ю. Сапожнікова; Одес. нац. політехн. ун–т. – Одеса : Юридична література, 2016. 225 с.
14. Михайленко О. В. Формування стратегії розвитку підприємства Бізнес-навігатор. 2018. Вип. 3-2. С. 34-39.
15. Мельникова К.В., Таньков К.М. Логістичне обслуговування: конспект лекцій; Харківський національний економічний ун-т. Харків: Видавництво ХНЕУ, 2006. 156 с.
16. Назарчук Т. В. Менеджмент організацій: навч. посібн. Київ : Центр навчальної літератури, 2018. 560 с.
17. Назарчук Т. В. Менеджмент організацій: навч. посібн. Київ : Центр навчальної літератури, 2018. 560 с.
18. Ортинська В.В. Маркетингові дослідження: підручник В. В. Ортинська, О. М. Мельникович ; Київ. нац. торг.–екон. ун–т. – 2–ге вид., допов. Київ : КНТЕУ, 2015. 435 с.
19. Підлісецький Г. М. Економічні проблеми технічного забезпечення підприємства. Економіка України. 2020. № 11. С. 81-87.
20. Постніков О. О., Смерічевська С. В. Трансформація аналітики великих баз даних в управлінні закупівлями з розвитком штучного інтелекту. Вісник економічної науки України. 2023. № 1 (44). С. 77-85. DOI: [https://doi.org/10.37405/1729-7206.2023.1\(44\).77-85](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2023.1(44).77-85) <http://www.venu-journal.org/download/2023/2023-1/10-Postnikov.pdf> (дата звернення: 15.04.2024).
21. Пушкар О.І., Моделювання матеріально-технічного забезпечення випуску нової продукції. Вісник ХНЕУ. 2021. №1 (17). С. 50-57.
22. Пятуніна С. С. Вдосконалення матеріально-технічного забезпечення підприємств. Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. Збірник наукових праць. 2021. №31. С. 67-69.

23. Рославцев Д. М. Конспект лекцій з курсу Логістичне обслуговування (для студентів денної і заочної форм навчання за напрямом підготовки 6.030601 Менеджмент спеціальності Логістика) Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Х. : ХНАМГ, 2012. 117 с.
24. Скіцько В. І. Моделювання в оцінюванні рівня логістичного обслуговування. Проблеми економіки. 2015. №3. С. 357–362.
25. Саєнко М. Г. Стратегія підприємства: Підручник. Тернопіль: «Економічна думка». 2014. 390 с.
26. Стеценко С.П. , Сорокіна Л.В. Фінансовий аналіз та економічна діагностика: навч. посіб. для студентів галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» спец. 051 «Економіка» Київ. нац. ун-т буд-ва і архітектури. Київ : КНУБА, 2019. 159 с.
27. Смерічевська С.В., Євтушенко К.В. Інтеграційна взаємодія маркетингу і логістики у контексті розвитку логістичного сектору в Україні в умовах невизначенності середовища. Інфраструктура ринку. Випуск 76. 2024. С.122-129.
28. Смерічевська С.В., Кордяк М.О., Гречковська А.Г. Бюджетне планування в логістиці: фактори впливу та методи. Менеджмент та маркетинг як фактор розвитку бізнесу. II Міжнар. науково-практ. Конференція (17 -19 квітня 2024 р.). К.: Національний ун-т «Києво-Могилянська академія», 2024.
29. Смерічевська С.В. Стратегії управління ризиками в ланцюгах постачання в епоху глобальної турбулентності та еру штучного інтелекту. Міжнародна наук.-практ. конференція «Scientific and technological revolution of the XXI century 2024». (20.04.2024).
30. Смерічевська С.В., Кириллова Ю.С. Сучасні тренди розвитку ERP систем. Сучасні виклики та рішення в логістиці та ланцюгах постачання: І всеукр. НПК 10 травня 2023 р. Збірник доповідей / Відп. ред. В.В. Матвеев, Л.В. Савченко. К.: НАУ, 2023. С.32- 37.
31. Тюріна Н.М., Гой І.В., Бабій І.В. Логістика: навч. посіб. Київ. Центр учбової літератури, 2015. 392 с.

32. Управління конкурентоспроможністю підприємства : Навч. посіб. С. М. Кліменко, Т. В. Омеляненко, Д. О. Барабась, О. С. Дуброва, А. В. Вакуленко. Київ. КНЕУ, 2015. 520 с.
33. Федорова В.О., Блага В.В. Логістика: навч. посіб. Харків. нац. автомоб.-дорож. ун-т. Харків: Бровін О. В., 2019. 153 с.
34. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка. К.: КНЕУ, 2015. 316 с.
35. Федорова В.О., Блага В.В. Логістика: навч. посіб. Харків. нац. автомоб.-дорож. ун-т. - Харків: Бровін О. В., 2019. 153 с.
36. Фінансовий аналіз: навч. посіб. уклад. Н. Л. Марусяк ; Чернівець. нац. ун-т ім. Юрія Федьковича. Чернівці: ЧНУ: Рута, 2020. 171 с.
37. Харрісон Алан. Управління логістикою: Розробка стратегій логістичних операцій Дніпропетровськ: Баланс Бізнес Букс, 2015 368 с.
38. Юринець З. В. Формування інноваційних стратегій: теорія, методологія, практика : монографія. Львів: СПОЛОМ, 2016. 412 с.
39. Яненко І.Г., Бабкова-Пилипенко Н.П. Інноваційний потенціал підприємства: складові та фактори впливу Науковий огляд. 2015. № 14. С. 63–71.
40. Чухрай Н.І. Логістичне обслуговування: підруч. для вищ. навч. закл. Національний ун-т Львівська політехніка. Л. : Видавництво Національного ун-ту Львівська політехніка, 2006. 292 с.
41. Шкляр В.Б. Становлення і розвиток ринку матеріально-технічних засобів. Економіка АПК. 2018. №5. С. 117-121.
42. Шкода М. С. Удосконалення управління матеріально-технічним забезпеченням підприємства. Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. Збірник наукових праць. Суми. 2021. Випуск 33. С. 356-364.
43. Чаюн І., Богославець Г., Довгаль Н. Економіка підприємства : Підручник. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. 569 с.

44. Чухрай Н.І. Логістичне обслуговування: підруч. для вищ. навч. закл. Національний ун-т Львівська політехніка. Л. : Видавництво Національного ун-ту Львівська політехніка, 2006. 292 с.

45. Щепіна Т.Г, Люлько У.В. Особливості ефективного формування і використання капіталу підприємства. Наукові праці викладачів кафедри фінансів, обліку та оподаткування. 2015. URL:<https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/35812> (дата звернення: 05.05.2024).

46. Manufacturing Resource Planning. URL: <https://www.it.ua/knowledge-base/technology-innovation/manufacturing-resource-planning-mprii> (дата звернення: 06.05.2024 р.).

47. SkyUp Airlines URL: <https://skyup.aero/> (Дата звернення 08.05.2024).

48. WMS (Warehouse Management System) URL: <https://www.sap.com/products/scm/extended-warehouse-management/what-is-a-wms.html#:~:text=WMS%20meaning%3A%20a%20warehouse%20management,until%20the%20moment%20they%20leave.> (дата звернення: 06.05.2024 р.).

49. CMMS (Computerized Maintenance Management System) URL: <https://www.ibm.com/topics/what-is-a-cmms> (дата звернення: 06.05.2024 р.).

50. PLM (Product Lifecycle Management) URL: <https://www.sap.com/products/scm/plm-r-d-engineering/what-is-product-lifecycle-management.html> (дата звернення: 06.05.2024 р.).

Додаток А

Аналіз складу, структури та динаміки майна і джерел його формування ТОВ «Авіакомпанія Скайап» за 2021-2023 роки.

Показники	2021 рік		2022 рік		Відхилення 2022/2021		2023 рік		Відхилення 2023/2022	
	тис.грн.	Питома вага,%	тис.грн	Питома вага,%	тис.грн.	%	тис.грн.	Пит. вага,%	тис.грн.	Пит. вага,%
А	1	2	3	4	5=3-1	6=4-2	7	8	9=7-3	10= 8-4
Майно підприємства (активи)										
Необоротні активи	411944	26,23	532891	21,64	120947	-4,58	482294	13,08	-50597	-8,56
Оборотні активи	1158768	73,77	1929146	78,36	770378	4,58	3204953	86,92	1275807	8,56
Разом	1570712	100,00	2462037	100,00	891325	x	3687247	100,0	1225210	x
Джерела формування майна підприємства										
Власний капітал	281075	17,89	-309767	-12,58	-590842	-30,48	1226	0,03	310993	12,61
Довгострокові зобов'язання і забезпечення	58387	3,72	51729	2,10	-6658	-1,62	45526	1,23	-6203	-0,87
Поточні зобов'язання і забезпечення	1231250	78,39	2720075	110,48	1488825	32,09	3640495	98,73	920420	-11,6
Разом	1570712	100,00	2462037	100,00	891325	x	3687247	100,0	1225210	x

**ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «АВІАКОМПАНІЯ
СКАЙАП»
#41403314**

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

АКТИВ

Назва рядка	Код рядка	На початок звітної періоду, тис. грн	На кінець звітної періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	286 276.00	256 626.00
первісна вартість	1001	329 323.00	338 187.00
накопичена амортизація	1002	43 047.00	81 561.00
Незавершені капітальні інвестиції	1005	3 448.00	5 495.00
Основні засоби	1010	95 764.00	89 293.00
первісна вартість	1011	149 256.00	156 416.00
знос	1012	53 492.00	67 123.00
Інвестиційна нерухомість	1015	0.00	
первісна вартість	1016	0.00	
знос	1017	0.00	
Довгострокові біологічні активи	1020	0.00	
первісна вартість	1021	0.00	
накопичена амортизація	1022	0.00	
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	23 000.00	23 000.00
інші фінансові інвестиції	1035	0.00	
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0.00	9 778.00
Відстрочені податкові активи	1045	124 403.00	98 102.00
Гудвіл	1050	0.00	
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0.00	
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0.00	
Інші необоротні активи	1090	0.00	
Усього за розділом I	1095	532 891.00	482 294.00
II. Оборотні активи Запаси	1100	243 137.00	331 176.00
Виробничі запаси	1101	243 022.00	331 090.00
Незавершене виробництво	1102	0.00	
Готова продукція	1103	0.00	
Товари	1104	115.00	86.00
Поточні біологічні активи	1110	0.00	
Векселі одержані	1120	0.00	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	466 040.00	1 566 442.00
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	82 213.00	127 403.00
з бюджетом	1135	29 447.00	29 607.00

Продовження дод Б

у тому числі з податку на прибуток	1136	1.00	
з нарахованих доходів	1140	109.00	
із внутрішніх розрахунків	1145	0.00	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1 086 610.00	1 133 075.00
Поточні фінансові інвестиції	1160	12 000.00	
Г роші та їх еквіваленти	1165	46.00	15 318.00
Готівка	1166	0.00	
Рахунки в банках	1167	46.00	15 318.00
Витрати майбутніх періодів	1170	0.00	
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0.00	
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0.00	
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0.00	
резервах незароблених премій	1183	0.00	
інших страхових резервах	1184	0.00	
Інші оборотні активи	1190	9 544.00	1 932.00
Усього за розділом II	1195	1 929 146.00	3 204 953.00
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0.00	
Баланс	1300	2 462 037.00	3 687 247.00

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	1 000.00	1 000.00
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0.00	
Капітал у дооцінках	1405	266 055.00	271 929.00
Додатковий капітал	1410	0.00	
Емісійний дохід	1411	0.00	
Накопичені курсові різниці	1412	0.00	
Резервний капітал	1415	0.00	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-576 822.00	-271 703.00
Неоплачений капітал	1425	0.00	
Вилучений капітал	1430	0.00	
Інші резерви	1435	0.00	
Усього за розділом I	1495	-309 767.00	1 226.00
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення Відстрочені податкові зобов'язання	1500	51 401.00	45 526.00
Пенсійні зобов'язання	1505	0.00	
Довгострокові кредити банків	1510	0.00	
Інші довгострокові зобов'язання	1515	328.00	
Довгострокові забезпечення	1520	0.00	
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0.00	
Цільове фінансування	1525	0.00	
Благодійна допомога	1526	0.00	
Страхові резерви	1530	0.00	

Продовження дод.Б

у тому числі: резерв довгострокових зобов'язань	1531	0.00	
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0.00	
резерв незароблених премій	1533	0.00	
інші страхові резерви	1534	0.00	
Інвестиційні контракти	1535	0.00	
Призовий фонд	1540	0.00	
Резерв на виплату джек-поту	1545	0.00	
Усього за розділом II	1595	51 729.00	45 526.00
Ш. Поточні зобов'язання і забезпечення Короткострокові кредити банків	1600	189 622.00	97 235.00
Векселі видані	1605	0.00	
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	822.00	363.00
товари, роботи, послуги	1615	720 191.00	874 654.00
розрахунками з бюджетом	1620	3 594.00	10 297.00
у тому числі з податку на прибуток	1621		471.00
розрахунками зі страхування	1625	1 432.00	9 360.00
розрахунками з оплати праці	1630	15 367.00	40 501.00
за одержаними авансами	1635	1 129 616.00	1 861 818.00
за розрахунками з учасниками	1640	0.00	
із внутрішніх розрахунків	1645	0.00	
за страховою діяльністю	1650	0.00	
Поточні забезпечення	1660	69 698.00	110 104.00
Доходи майбутніх періодів	1665	0.00	
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0.00	
Інші поточні зобов'язання	1690	589 733.00	636 163.00
Усього за розділом III	1695	2 720 075.00	3 640 495.00
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0.00	
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0.00	
Баланс	1900	2 462 037.00	3 687 247.00

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
Фінансові результати**

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	3 915 480.00	2 756 804.00
Чисті зароблені страхові премії	2010		0.00
Премії підписані, валова сума	2011		0.00
Премії, передані у перестраховування	2012		0.00
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013		0.00
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014		0.00
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	3 670 908.00	3 088 304.00
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070		0.00
Валовий: прибуток	2090	244 572.00	
збиток	2095		331 500.00
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105		0.00
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110		0.00
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111		0.00
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112		0.00
Інші операційні доходи	2120	840 514.00	366 950.00
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123		0.00
Адміністративні витрати	2130	383 296.00	215 810.00
Витрати на збут	2150	58 340.00	38 589.00
Інші операційні витрати	2180	291 782.00	489 607.00
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181		0.00
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182		0.00
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	351 668.00	
збиток	2195		708 556.00
Дохід від участі в капіталі	2200		0.00
Інші фінансові доходи	2220	579.00	1 650.00
Інші доходи	2240	33.00	0.00
Фінансові витрати	2250	20 330.00	13 080.00
Втрати від участі в капіталі	2255		0.00
Інші витрати	2270	58.00	531.00
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275		0.00
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	331 892.00	
збиток	2295		720 517.00
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-26 773.00	123 801.00
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	305 119.00	
збиток	2355		596 716.00

Продовження дод. В

Сукупний дохід

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		0.00
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		0.00
Накопичені курсові різниці	2410		0.00
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		0.00
Інший сукупний дохід	2445		0.00
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0.00	0.00
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-5 874.00	51 401.00
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	5 874.00	-51 401.00
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	310 993.00	-648 117.00

Елементи операційних витрат

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Матеріальні затрати	2500	611 218.00	540 387.00
Витрати на оплату праці	2505	618 556.00	281 529.00
Відрахування на соціальні заходи	2510	91 233.00	51 617.00
Амортизація	2515	52 179.00	53 496.00
Інші операційні витрати	2520	3 031 140.00	2 905 281.00
Разом	2550	4 404 326.00	3 832 310.00