

МЕНЕДЖМЕНТ/MANAGEMENT

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2025.161.38>**ФОРМИРОВАНИЕ МЕТОДИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА СЕРВИСА В АГЕНТСТВЕ ВОЗДУШНЫХ СООБЩЕНИЙ В АСПЕКТЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА**

Научная статья

Шеромова И.А.^{1,*}¹ ORCID : 0000-0002-3854-0534;¹ Владивостокский государственный университет, Владивосток, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (irina.sheromova[at]vvsu.ru)

Аннотация

В статье рассматриваются методические вопросы оценки качества обслуживания в агентстве воздушных сообщений с акцентом на деятельности персонала. Основная цель исследования — формирование иерархической структуры показателей качества сервиса в агентстве с учетом влияния деятельности персонала и ее специфики. Проанализирована роль оценки качества обслуживания в обеспечении удовлетворенности клиентов и конкурентоспособности организаций в условиях современного рынка. Определены подходы к оценке качества сервиса в агентстве воздушных сообщений. Сформирован перечень показателей качества обслуживания применительно к рассматриваемому типу авиапредприятия в аспекте деятельности контактного персонала и определены их оценочные характеристики. Описаны результаты практической апробации полученных в процессе исследования результатов.

Ключевые слова: агентство воздушных сообщений, качество сервиса, деятельность персонала, оценка качества обслуживания, показатели качества, оценочные характеристики, удовлетворенность клиентов.

DEVELOPMENT OF METHODOLOGICAL APPROACHES TO ASSESSING SERVICE QUALITY IN AN AIR TRANSPORT AGENCY IN TERMS OF STAFF ACTIVITY

Research article

Sheromova I.A.^{1,*}¹ ORCID : 0000-0002-3854-0534;¹ Vladivostok State University, Vladivostok, Russian Federation

* Corresponding author (irina.sheromova[at]vvsu.ru)

Abstract

The article examines methodological issues of service quality evaluation in an air transport agency, with a focus on staff activity. The main objective of the study is to develop a hierarchical structure of service quality indicators in the agency, taking into account the influence of staff performance and its specific characteristics. The role of service quality evaluation in ensuring customer satisfaction and the competitiveness of organisations in the modern market is analysed. Approaches to service quality evaluation in an air transport agency are identified. A list of service quality indicators applicable to the type of air transport enterprise in question is compiled in terms of the activities of contact personnel, and their evaluation characteristics are determined. The results of practical testing of the obtained research findings are described.

Keywords: air transport agency, service quality, staff activity, service quality assessment, quality indicators, evaluation characteristics, customer satisfaction.

Введение

Качество сервиса является одним из ключевых факторов, определяющих конкурентоспособность любого сервисного предприятия, в том числе и агентства воздушных сообщений. В последние годы наблюдается тенденция к росту конкуренции среди организаций, осуществляющих бронирование и продажу авиаперевозок, что ставит перед ними новые задачи по повышению уровня удовлетворенности клиентов качеством обслуживания. В условиях быстро развивающегося рынка авиаперевозок и повышенной конкуренции внимание к клиентам и их потребностям становится важнейшей стратегией для успешного функционирования бизнес-структур, работающих в данной сфере. При этом эффективное взаимодействие с клиентами напрямую зависит от деятельности персонала, который должен быть высококвалифицированным и мотивированным, так как недостаток квалифицированного персонала и нехватка мотивации среди сотрудников могут привести к снижению качества предоставляемых услуг.

Значимость персонала как фактора обеспечения качества предоставляемых услуг и недостаточность исследований в этой сфере применительно к агентству воздушных сообщений (АВС) предопределяет необходимость и актуальность проведения научного поиска, связанного с разработкой методических оснований для оценки уровня сервиса в АВС в аспекте деятельности персонала.

Исходя из сказанного выше, цель данной статьи — выявить особенности методических подходов к оценке и сформировать перечень показателей качества сервиса в агентстве воздушных сообщений в аспекте деятельности персонала и определить их оценочные характеристики.

Методы и принципы исследования

Методология исследования базировалась на использовании принципов двух научных подходов: структурно-функционального и адаптационного, сочетание которых обеспечило возможность более глубокого понимания

взаимосвязи между элементами системы обслуживания и функциональными ролями сотрудников в агентствах воздушных сообщений, а также позволило учесть специфику деятельности организации и ее контактного персонала при формировании перечня оценочных критериев на основе использования общепринятых принципов оценки качества сервиса.

В рамках исследования использовались два основных метода: библиографический и социологический, применение которых в совокупности позволило решить комплекс задач теоретического и эмпирического характера, связанных с исследованием специфики оценки, формированием структуры оценочных характеристик качества сервиса в агентстве воздушных сообщений в рассматриваемом аспекте и выбором предпочтительных методов оценки.

Основные результаты и обсуждение

Анализ ключевых понятий, связанных с качественным обслуживанием, существующих моделей и методологических подходов, используемых для измерения качества сервиса, показал, что практическая реализация оценки качества позволяет заблаговременно выявлять существующие проблемы, в том числе и потенциальные, и способствует предотвращению их последствий в будущем. Более того, степень адекватности оценки качества обслуживания непосредственно влияет на конкурентоспособность организаций, так как в условиях жесткой рыночной борьбы потребители отдают предпочтение тем товарам и услугам, которые соответствуют высоким стандартам качества. Регулярная оценка и сертификация способствуют укреплению репутации компаний и завоеванию доверия со стороны клиентов [1], [2]. Также установлено, что оценка качества помогает оптимизировать внутренние процессы в организациях, так как регулярные проверки и анализ результатов позволяют компании выявлять слабые места в производственных процессах, проблемы качества услуг и управления. Это способствует целенаправленному совершенствованию бизнес-процессов и повышению их эффективности.

Исходя из вышеизложенного, оценка качества услуг является важным аспектом менеджмента и совершенствования сервиса, предоставляемого компаниями. В этом контексте должны быть определены конкретные критерии и показатели качества услуг, которые позволяют объективно оценивать их уровень и соответствие ожиданиям клиентов. Ключевым элементом в данной оценке является достоверность и точность количественных значений, характеризующих различные аспекты услуг.

Анализ основных аспектов деятельности агентства воздушных сообщений (АВС) показал, что качество обслуживания клиентов в АВС — это интегральный показатель, охватывающий совокупность логистических параметров (количество проданных билетов, длительность цикла обслуживания, время ожидания постановки заказа на исполнение (тайм-лимит) и др.), параметров процессов и процедур, а также параметры, определяющие качество деятельности персонала, прежде всего, непосредственно работающего с клиентами [6], [7]. В связи с этим процесс оценки качества в агентстве авиационных сообщений представляет собой многоступенчатый и систематический анализ различных аспектов функционирования данного учреждения. К критически важным элементам оценки относятся соблюдение стандартов безопасности, своевременная и точная передача сообщений, а также уровень удовлетворенности клиентов. Методология и практика оценки качества сервиса на предприятии показывает, что такую оценку в АВС целесообразно проводить в три этапа:

- 1 этап — общая оценка эффективности процесса обслуживания;
- 2 этап — оценка качества обслуживания с использованием принятой номенклатуры показателей качества;
- 3 этап — оценка экономических последствий от повышения качества клиентского сервиса.

Реализация каждого этапа требует выделения соответствующих оценочных критериев и показателей.

Ключевыми показателями эффективности процесса обслуживания в АВС, которые должны оцениваться в первую очередь, являются следующие: количество ошибок в сообщениях, среднее время реакции на запросы и общий уровень обслуживания. Для мониторинга этих показателей требуется собирать как количественные, так и качественные данные о работе агентства. При оценке уровня обслуживания важно учитывать обратную связь от пользователей для формирования понимания степени удовлетворенности услугами агентства и определения направлений ее повышения. Включение сравнительного анализа с аналогичными учреждениями позволяет выявлять лучшие практики и стандарты в данной области и тем самым повысить эффективность поиска перспективных направлений для улучшения.

Для реализации процесса оценки качества обслуживания на втором этапе необходима развернутая номенклатура показателей. Применительно к деятельности АВС данная номенклатура на уровне стандарта не установлена. Анализ факторов, влияющих на уровень ключевых показателей эффективности, и общей методологии оценки качества обслуживания в сервисной организации [7] позволил выделить такие критерии для оценки качества обслуживания в АВС, как безопасность и надежность предоставляемых услуг, скорость их предоставления, соблюдение обещанных сроков и условий, доступность информации, удобство взаимодействия с клиентами, компетентность и профессионализм сотрудников, отзывчивость персонала, уровень эмпатии и человечности, индивидуальный подход, общий уровень удовлетворенности клиентов, а также последовательность и стабильность работы технических сервисов.

Результаты анализа данных о качестве предоставляемого обслуживания, получаемых с использованием перечисленных критериев, обеспечивают компании возможность адаптировать свои продукты к условиям рынка и потребностям клиентов, обоснованно изменять ценовую политику, целенаправленно повышать качество обслуживания и, как следствие, улучшать свои финансовые результаты. При этом для оценки экономических последствий от повышения качества клиентского сервиса могут быть использованы следующие показатели:

- ценность, воспринимаемая потребителем;
- степень приверженности клиентов;
- вероятность повторной покупки;
- число потенциальных покупателей, пришедших по рекомендациям;
- готовность клиентов рекомендовать продукт или услугу другим.

Результаты проведенного анализа факторов влияния и оценочных критериев качества сервиса достаточно четко свидетельствуют о приоритетной роли персонала, прежде всего фронт-персонала, в решении проблем обслуживания клиентов и достижении приемлемого (требуемого) уровня названных выше оценочных характеристик. В связи с этим в рамках данного исследования под руководством и при непосредственном участии автора был сформирован перечень показателей качества сервиса в агентстве авиационных сообщений в аспекте деятельности фронт-персонала, учитывающих специфику условий его труда, и определены конкретные оценочные характеристики по каждому из выявленных показателей. Свод показателей и характеристик для оценки качества обслуживания в агентстве в аспекте деятельности контактного персонала представлены в таблице.

Таблица 1 - Показатели качества сервиса в агентстве воздушных сообщений и требования к обслуживанию в аспекте деятельности персонала

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2025.161.38.1>

Показатель качества сервиса	Оценочные характеристики деятельности фронт-персонала
Скорость обслуживания	– Быстрота реагирования на запросы – Оперативность в решении возникающих проблем – Своевременность предоставления сервиса клиенту – Незамедлительность отправки документов, подтверждающих совершение сделки – Отсутствие долгих ожиданий
Понимание потребностей клиентов	– Стремление к осознанию потребностей деловых клиентов – Знание конкретных требований заказчиков – Применение индивидуального подхода к клиентам – Знание постоянных клиентских потребностей – Использование позитивного языка и настойчивость в решении проблем
Осведомленность персонала о новых услугах	– Владение информацией о новых услугах и их особенностях, акциях и предложениях
Коммуникативность контактного персонала	– Умение задавать уточняющие вопросы для более глубокого понимания запроса клиента – Умение адаптироваться к эмоциональному состоянию клиента и проявлять эмпатию – Своевременность предоставления обратной связи и информирование клиента о ходе решения его проблемы – Умение профессионально завершить разговор, подводя итоги и уточняя дальнейшие шаги – Владение навыками разрешения конфликтов – Наличие знаний о продуктах и услугах для быстрой и точной информации клиенту
Безопасность	– Соблюдение конфиденциальности персональной информации клиента – Соблюдение требований финансовой безопасности
Гибкость, адаптивность и обратная связь	– Готовность к получению обратной связи – Умение подстраиваться под меняющиеся потребности клиентов – Готовность идти навстречу, предлагать индивидуальные решения и оперативно реагировать на запросы

Показатель качества сервиса	Оценочные характеристики деятельности фронт-персонала
Надежность	– Достоверность информации, предоставляемой сотрудником – Гарантированное предоставление качественной услуги в установленные сроки
Соблюдение стандартов обслуживания	– Предоставление услуг в соответствии с установленными стандартами и протоколами компании – Выполнение всех необходимых процедур при общении с клиентами
Доверие	– Открытость и честность сотрудника по отношению к клиентам – Готовность агента принимать близко к сердцу потребности каждого делового клиента
Компетентность сотрудников	– Владение агентом современными системами бронирования на уровне уверенного пользователя – Знание требований к документам, необходимым для оформления перевозки – Умение эффективно обрабатывать запросы пассажиров
Стрессоустойчивость	– Умение сохранять спокойствие в стрессовых ситуациях

Примечание: составлено автором на основе [5], [7], [8], [10, С. 10-12]

Апробация результатов выполненных исследований проведена на базе АО «Приморское агентство авиационных компаний» (АО «ПААК»), где была выполнена оценка качества обслуживания в аспекте деятельности контактного персонала. Предварительно были определены методы эмпирического исследования. С этой целью выполнен анализ методик оценки качества обслуживания и выбраны наиболее предпочтительные, среди которых можно выделить следующие:

- Метод SERVQUAL. Эта модель основана на сравнении ожидания и восприятия клиентами качества услуги. Метод позволяет выявить расхождения и формирует основу для улучшения обслуживания.

- Метод опросов и анкетирования. Использование клиентских опросов дает возможность собирать данные о степени удовлетворенности услугами с учетом различных аспектов обслуживания, таких как скорость реакции, квалификация сотрудников и удобство использования сервиса.

- Качественные интервью и фокус-группы. Эти методы позволяют более глубоко понять мнение клиентов и выявить неочевидные аспекты, относящиеся к качеству обслуживания.

- Включенное наблюдение. Данный метод дает возможность оценить работу не только персонала в целом, но и отдельно взятого сотрудника, а также выявить несоответствия их делового поведения стандартам обслуживания, установленным на предприятии.

Так как исследование качества обслуживания проводилось с целью апробации предлагаемого перечня показателей качества обслуживания в аспекте деятельности фронт-персонала, основными критериями окончательного выбора методики стали следующие: возможность самостоятельного формирования материалов для проведения опроса и возможность сравнения делового поведения сотрудников со стандартами обслуживания, действующими на предприятии. С учетом данных критериев в качестве методов оценки были использованы метод анкетирования и метод включенного наблюдения.

Анкетирование проводилось среди клиентов АО «ПААК», воспользовавшихся его услугами в период с ноября 2024 г. по апрель 2025 г. Всего в опросе приняли участие 102 респондента, из которых 75% — женщины. При этом преобладающими среди респондентов были клиенты в возрасте от 35 до 55 лет (примерно 70%), что соответствует фактическому портрету потребителя услуг агентства. Для обеспечения удобства и повышения уровня вовлеченности участников им было предложено отсканировать QR-код и заполнить электронную анкету с помощью Google-формы. Такой способ сбора данных обеспечил быстрый доступ к анкетному материалу, повысил удобство участия и способствовал увеличению количества отвечающих. На основе сформированного перечня показателей и их оценочных характеристик была разработана специальная анкета, состоящая из 13 вопросов, каждый из которых ориентирован на получение качественных данных по каждому из разработанных показателей. Для удобства последующего анализа вопросы были разбиты на несколько блоков: скорость обслуживания, коммуникативность контактного персонала, компетентность сотрудников, доверие, гибкость, адаптивность и обратная связь. Оценка проводилась по пятибалльной шкале, где «5» — самая высокая, а «1» — самая низкая из возможных оценок. По результатам анкетирования было установлено, что удовлетворенность клиентов качеством обслуживания по большинству показателей достаточно высока. Доля низких оценок (3 и менее) составила не более 10%. Основные проблемы касались стрессоустойчивости

персонала, по показателю которой доля низких оценок составила почти 50%. Также доля низких оценок респондентов (25% и более) отмечена по показателям «осведомленность о новых услугах» и «скорость обслуживания».

Метод включенного наблюдения применялся с целью получения глубокого и комплексного понимания поведения сотрудников и характера их взаимодействия. Наблюдения проводились за пятью сотрудниками головного офиса компании «ПААК» в феврале – марте 2025 г. Для реализации метода включенного наблюдения был разработан чек-лист, охватывающий критически важные аспекты, связанные с клиентским сервисом. Данный инструмент оценивания позволял наблюдателю фиксировать результаты по критериям, напрямую связанным с показателями качества обслуживания, или необходимым для понимания причин возникновения проблем, таким как:

- общие аспекты работы агентов (общая продуктивность, организованность и способность к планированию рабочего времени);
- коммуникация с клиентами (ясность и корректность передачи информации клиентам, умение слушать и отвечать на запросы);
- использование технологий и инструментов (способность сотрудников эффективно использовать имеющиеся ресурсы и инструменты для решения задач, связанных с клиентами);
- уровень знаний и компетенций (профессионализм работников и их готовность к решению возникающих вопросов на основе своих знаний);
- индивидуальная работа и обратная связь (способность сотрудников к самопроверке и принятию конструктивной критики; управление собственными задачами и временем);
- командная работа и взаимодействие (взаимодействие сотрудников друг с другом и совместная работа для достижения общих целей);
- уровень мотивации и удовлетворенности персонала (внутренняя мотивация сотрудников и их удовлетворение работой).

Данный метод позволил получить объективные данные о качестве клиентского сервиса и взаимодействии сотрудников с клиентами, что дало возможность более глубоко проанализировать выполнение задач и оценить уровень профессионализма персонала, а также оценить уровень соблюдения сотрудниками стандартов обслуживания.

В процессе наблюдений выявились такие проблемы как: недостаточная компетентность контактного персонала в области управления конфликтами; недостаточный объем сбора обратной связи от клиентов. По всем выявленным в ходе исследования проблемам были даны конкретные практические рекомендации, направленные на их устранение или минимизацию.

Таким образом, проведенное исследование дало возможность выявить существующие недостатки в обслуживании клиентов со стороны контактного персонала агентства, а также предложить рекомендации для их устранения. Для повышения скорости обслуживания клиентов предложено внедрить автоматизированную систему обработки запросов и услуг, интегрированную с используемой на предприятии CRM-системой Sirena-Travel и базирующуюся на использовании чат-ботов, доступных на сайте компании и в популярных мессенджерах. Это позволит в автоматизированном режиме предоставлять клиентам часто запрашиваемую информацию, например, о тарифах, наличии билетов и т.п. Преимуществами, которые получит компания при использовании данной системы с учетом ее интеграции с системами бронирования, являются сокращение времени ожидания ответа оператора; снижение нагрузки на контактный персонал; возможность учета обслуживания и доступа к истории взаимодействия с клиентом, а также сбора данных о типах запрашиваемой информации. Для повышения осведомленности фронт-персонала о новых услугах, акциях и коммерческих предложениях рекомендовано проведение на регулярной основе (не реже 1 раза в неделю) брифингов и информационных сессий для персонала с обязательной рассылкой на корпоративную электронную почту кратких информационных материалов. Проблема сбора обратной связи от клиентов может быть решена формированием системы сбора, элементами которой должны стать экспресс-оценка деятельности сотрудника, например, с использованием «кнопки лояльности», система автоматической рассылки клиентам электронных опросников (не более 5 вопросов, касающихся наиболее важных аспектов качества сервиса) на электронную почту или с помощью смс-сообщений после завершения обслуживания и проведение не реже 1 раза в полгода развернутого опроса клиентов с использованием анкеты, разработанной на основе предложенного в рамках настоящего исследования перечня показателей. Повысить компетентность контактного персонала в области управления конфликтами возможно путем организации тренингов по разрешению конфликтов и обучения персонала специальным техникам коммуникации в конфликтных ситуациях.

Результаты выполненной работы получили положительную оценку со стороны заинтересованных лиц организации, которые отметили их совпадение по основным критериям с ранее полученными данными и возможность проведения более глубокой оценки уровня обслуживания в контексте качества деятельности персонала агентства воздушных сообщений.

Заключение

Результаты проведенного исследования позволяют сделать ряд важных выводов, направленных на повышение эффективности и результативности оценки качества обслуживания в сервисной организации применительно к агентству воздушных сообщений (ABC).

Во-первых, оценка качества играет одну из ключевых ролей в повышении удовлетворенности клиентов ABC, способствует укреплению репутации компаний и завоеванию доверия со стороны потребителей.

Во-вторых, качество обслуживания клиентов в агентстве воздушных сообщений — это интегральный показатель, охватывающий совокупность различных параметров. Это требует всесторонней оценки уровня сервиса с использованием системы критериев, включающей как показатели эффективности, направленные, с одной стороны, на оценку общей эффективности процесса обслуживания и, с другой стороны, на оценку экономических последствий от повышения качества клиентского сервиса, так и показатели оценки качества обслуживания в ABC, включая, в том

числе, такие аспекты, как компетентность и качество деятельности персонала, надежность предоставляемых услуг, скорость предоставления услуг, индивидуальный подход и др.

В-третьих, качество деятельности персонала, прежде всего, непосредственно контактирующего с клиентами (фронт-персонала), не только является одним из критериев качества обслуживания, но и важнейшим фактором, влияющим на достижение требуемого значения большинства из выше названных показателей уровня сервиса. В связи с этим оценка качества обслуживания в АВС должна проводиться, в первую очередь, в аспекте деятельности персонала.

В-четвертых, сформированный в ходе исследования перечень показателей качества обслуживания в АВС и их оценочных характеристик при использовании таких методов исследования, как анкетирование клиентов и включенное наблюдение за сотрудниками компании, позволяет выполнить адекватную расширенную оценку уровня сервиса в организации и разработать конкретные рекомендации по его совершенствованию в аспекте деятельности персонала, что подтверждают результаты выполненной практической апробации.

Следует отметить, что предложенный перечень показателей может быть применен при оценке деятельности фронт-персонала большинства сервисных организаций, но при условии его необходимой адаптации к условиям труда и функциональным обязанностям сотрудников данной категории. Дальнейшие исследования должны быть направлены на повышение уровня универсальности данного перечня, что позволит расширить область применения результатов настоящего исследования.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

Список литературы / References

1. Лоскова Н.В. Качество обслуживания и его влияние на лояльность клиентов. / Н.В. Лоскова // Вестник Томского государственного университета. Экономика и управление. — 2012. — № 3. — С. 45–52.
2. Зуев Д.Н. Как улучшить качество обслуживания: советы руководителю / Д.Н. Зуев // Коммерческий директор. — 2024. — URL: <https://www.kom-dir.ru/article/1717-kachestvo-obslujivaniya>. (дата обращения: 27.09.25)
3. Филатова Т.А. Критерии оценки качества услуг в сервисной организации / Т.А. Филатова // Российское предпринимательство. — 2013. — Т. 14. — № 6. — С. 82–87.
4. Клинецвич Я.В. Управление клиентским опытом в компаниях сферы услуг. / Я.В. Клинецвич // Азимут научных исследований. — 2023. — № 5 (160). — С. 68–73.
5. Прокопец Т.Н. Анализ методов оценки качества предоставляемых услуг сервисных предприятий. / Т.Н. Прокопец, С.Н. Комарова, В.А. Логвинова // Вестник Академии знаний. — 2020. — № 37 (2). — С. 269–272.
6. Нурова Б.Т. Организация деятельности агентств по продаже авиаперевозок. / Б.Т. Нурова // Альманах современной науки и образования. — 2009. — № 9. — С. 105–108.
7. ГОСТ Р 52113-2014. Услуги населению. Номенклатура показателей качества услуг. — Введ. 2016-01-01. — Москва: Стандартинформ, 2020. — 15 С.
8. Управление качеством обслуживания // SNRD: Интеллектуальное управление ресурсами. — 2023. — URL: <https://snrd.ru/blog/upravlenie-kachestvom-obsluzhivaniya/>. (дата обращения: 29.09.25)
9. Джуграев А.О. Основные задачи персонала в области продажи авиационных и туристических пакетов. / А.О. Джуграев // АэроТуризм и сервис. — 2023. — № 4 (56). — С. 45–50.
10. Махмудова И.Н. Оценка персонала / И.Н. Махмудова. — Самара: Издательство Самарского университета, 2024. — 80 с. — URL: <https://clck.ru/3QMgcW> (дата обращения: 28.09.25).

Список литературы на английском языке / References in English

1. Loskova N.V. Kachestvo obsluzhivaniya i ego vliyanie na loy'al'nost' klientov [Service quality and its impact on customer loyalty]. / N.V. Loskova // Bulletin of Tomsk State University. Economics and Management. — 2012. — № 3. — P. 45–52. [in Russian]
2. Zuev D.N. Kak uluchshit' kachestvo obsluzhivaniya: sovety' rukovoditelyu [How to improve service quality: tips for managers] / D.N. Zuev // Commercial Director. — 2024. — URL: <https://www.kom-dir.ru/article/1717-kachestvo-obslujivaniya>. (accessed: 27.09.25) [in Russian]
3. Filatova T.A. Kriterii otsenki kachestva uslug v servisnoi organizatsii [Criteria for assessing the quality of services in a service organization] / T.A. Filatova // Rossiiskoe predprinimatel'stvo [Russian Journal of Entrepreneurship]. — 2013. — Vol. 14. — № 6. — P. 82–87. [in Russian]
4. Klinevich Ya.V. Upravlenie klientskim opy'tom v kompaniyax sfery' uslug [Customer Experience Management in Service Companies]. / Ya.V. Klinevich // Azimuth of scientific research. — 2023. — № 5 (160). — P. 68–73. [in Russian]
5. Prokopc T.N. Analiz metodov ocenki kachestva predostavlyaemy'x uslug servisny'x predpriyatij [Analysis of methods for assessing the quality of services provided by service enterprises]. / T.N. Prokopc, S.N. Komarova, V.A. Logvinova // Bulletin of the Academy of Knowledge. — 2020. — № 37 (2). — P. 269–272. [in Russian]

6. Nurova B.T. Organizaciya deyatel'nosti agentstv po prodazhe aviaperevozok [Organization of activities of air travel sales agencies]. / B.T. Nurova // Almanac of Modern Science and Education. — 2009. — № 9. — P. 105–108. [in Russian]
7. GOST R 52113-2014. Uslugi naseleniyu. Nomenklatura pokazatelej kachestva uslug [GOST R 52113-2014. Services to the public. Nomenclature of quality indices services]. — Introduced 2016-01-01. — Moscow: Standartinform, 2020. — 15 P. [in Russian]
8. Upravlenie kachestvom obsluzhivaniya [Quality of Service Management] // SNRD: Intelligent Resource Management. — 2023. — URL: <https://snrd.ru/blog/upravlenie-kachestvom-obsluzhivaniya/>. (accessed: 29.09.25) [in Russian]
9. Dzhuraev A.O. Osnovny'e zadachi personala v oblasti prodazhi aviacionny'x i turisticheskix paketov [The main tasks of personnel in the field of sales of aviation and tourist packages]. / A.O. Dzhuraev // AeroTourism and service. — 2023. — № 4 (56). — P. 45–50. [in Russian]
10. Makhmudova I.N. Otsenka personala [Personnel assessment] / I.N. Makhmudova. — Samara: Samara University Press, 2024. — 80 p. — URL: <https://clck.ru/3QMgcW> (accessed: 28.09.25). [in Russian]