

运用管理学理论提升航空服务艺术性与管理效率的研究

王雨萌

西安翻译学院, 陕西 西安, 710105

摘要: 本文旨在探讨如何运用管理学理论, 特别是在服务管理、运营管理、人力资源管理以及信息技术管理等方面的理论, 来提升航空服务的艺术性与管理效率。随着全球航空业的竞争加剧, 乘客对服务品质的要求日益提高, 航空公司不仅需要确保安全、准时的运营, 还需提供具有艺术美感的服务体验, 同时保持高效的管理和运营。本研究通过文献综述、案例分析以及专家访谈等方法, 系统地分析了管理学理论在航空服务中的应用路径, 并提出了一系列实践策略, 旨在帮助航空公司实现服务艺术性与管理效率的双重提升。研究结果表明, 将管理学理论融入航空服务实践中, 不仅能够有效提升服务的艺术性与创新性, 还能显著优化运营流程, 降低成本, 提高整体管理效率, 从而在激烈的市场竞争中占据优势地位。

关键词: 管理学理论; 航空服务艺术性; 管理效率; 服务管理

引言

在全球经济一体化和消费升级的背景下, 航空服务作为高端服务业的重要组成部分, 其服务品质与运营效率直接影响着航空公司的市场竞争力和品牌形象。服务艺术性是指航空公司在提供服务过程中, 通过细节处理、文化融合、个性化定制等手段, 使乘客在享受服务的过程中感受到美的体验和情感共鸣。而管理效率则体现在航空公司的成本控制、资源利用、流程优化以及决策速度等方面。两者相辅相成, 共同构成了航空公司提升服务质量与运营效益的核心要素。

近年来, 随着乘客需求的日益多样化和个性化, 以及全球航空业竞争的加剧, 航空公司面临着前所未有的挑战。传统的服务模式和管理方式已难以满足市场需求, 因此, 寻求新的服务理念和管理方法成为航空公司提升竞争力的关键。管理学理论作为指导企业管理和优化服务的重要工具, 其在航空服务中的应用价值日益凸显。本研究旨在深入探讨管理学理论在提升航空服务艺术性与管理效率中的作用

和路径, 为航空公司提供理论指导和实践参考。

1 管理学理论在航空服务艺术性提升中的应用

1.1 服务设计理论

服务设计是将用户诉求、企业资产与技术实力相融合, 旨在打造并提升服务感受的一种途径。于航空服务业内, 服务设计理念的运用主要彰显在以下几个维度: 服务流程图示: 借助精心构建的服务流程图示, 航空公司能够条理清晰地勾勒出服务过程中的各个阶段及涉及角色, 涵盖旅客、空乘团队与地面服务团队等。此举便于发掘服务链条上的梗阻与短板, 从而采取精确的优化举措^[1]。举例而言, 通过对旅客登机手续、安全检查、候机区域的等待时长及满意度进行深度剖析, 航空公司得以灵活调整服务流程, 缩减旅客的等待时长, 进一步增强其服务感受。服务交互节点探究: 服务交互节点标志着旅客与航空公司服务人员或智能化系统产生互动的重要时刻。深入剖析这些节点, 能让航空公司洞悉旅客在旅程各阶段

的需求与期望,据此定制出更贴合旅客心意的服务方案。譬如,在飞行途中的餐饮供应环节,航空公司可以依据旅客的口味倾向与餐饮习性,推出多元化的餐食选项,进一步增强服务的定制化程度。服务革新:服务设计理论倡导航空公司持续探索服务模式的新颖路径,以契合乘客不断攀升的需求层次。譬如,采纳虚拟现实科技,为旅客打造沉浸式的空中娱乐盛宴;又或是借助社交媒体渠道,搭建与旅客的互动交流桥梁,深化旅客的参与体验与归属感^[2]。

1.2 顾客体验管理

顾客体验管理则是企业围绕满足客户需求为核心,经由整合并优化各项服务流程、产品设计及员工培训等多个维度,旨在打造非凡的顾客感受。于航空服务业内,顾客体验管理的实践亮点聚焦于以下几大层面:客户行程视图:借助绘制客户行程视图的方式,航空公司能够直观呈现旅客由购票起始,历经值机、安检、登机直至抵达终点的一系列流程。此举对航空公司而言,有助于深入洞察旅客在各个阶段的具体需求及潜在困扰,据此规划出更具精准性的服务举措。譬如,在值机阶段,航空公司可依托自助值机终端、手机应用等多种途径,为旅客供应高效的值机体验,缩减其排队等候时长。情感纽带:情感纽带构建的核心在于航空公司与乘客间情感桥梁的搭建,旨在加深乘客的信赖与满意程度。譬如,在飞行旅途中,乘务团队利用亲切的微笑、温馨的问候以及细腻的关怀,传递融融暖意,令乘客宛若置身家中,倍感舒心。此外,航空公司亦能通过推行个性化服务举措,诸如生日惊喜的献上、特殊餐食的供应等,精准对接乘客的多样需求,进一步巩固彼此间的情感纽带。客户意见征集体系:构建一套高效的客户意见征集体系,旨在汇聚并剖析旅客的见解与提议,这对航空公司而言,是不断精进服务质量的关键路径。举例来说,可以运用开设客户服务专线、发起网络问卷、增强社交媒体交流互动等手段,广泛搜

集旅客的反馈信息,洞察服务环节的短板,并迅速采取行动,实现服务的迭代升级。

2 管理学理论在航空管理效率提升中的应用

2.1 运营管理

运营管理乃企业为确保服务与产品兼具高效与低成本特性,而对生产及服务流程实施规划、部署、监控及优化的系列行动。在航空服务业界,运营管理的运用尤为凸显,主要体现在如下几个维度:精益化管理策略:精益化管理乃一种旨在削减冗余、增进效能的管理智慧。于航空服务业界,此策略可渗透至航班调度、地面运维、行李转运等多个维度。诸如,经由精细化航班调度,缩减延误与取消状况;借由地面服务流程革新,加速行李处理进程并提升精准度;凭借自动化设备的引入,减轻人力负担并削减时间损耗^[3]。六西格玛管理法:这是一种凭借数据分析与流程优化手段,旨在削减缺陷与变异的高效策略。于航空服务业内,六西格玛的运用能显著提升服务质量,并有效控制运营成本。诸如,它可通过剖析乘客的投诉数据,精准定位服务短板及其成因,进而规划出针对性的改良举措;也能通过库存管理的优化,大幅削减库存积压与资源浪费;更能在维修流程上推陈出新,使飞机可用率得以提高,维修成本得以缩减。供应链管理体系:这一体系聚焦于企业如何精准对接客户需求,有效整合供应商、生产商、分销商及终端用户等多元合作伙伴资源,实现协同管理。在航空服务业界,供应链管理的运用颇为广泛,涵盖机票预订服务、航班运营调控、物资供应保障等多个层面。举例来说,企业通过与机票代销机构的紧密携手,拓宽了销售网络的覆盖广度;通过构建与机场、地面服务团队等协作伙伴的联动体系,显著提升了航班的运行效率;同时,通过对物资采购流程的不断精进,既削减了采购成本,又加速了采购流程的高效推进^[4]。

2.2 人力资源管理

人力资源管理涵盖企业为达成战略目标，在人力规划、招募新员工、员工培训、绩效评估及激励机制等多方面所实施的策略与行动。在航空服务业内，这一管理的运用尤为显著，具体展现在以下几个关键环节：员工招募与甄选：借助严谨而周密的招募流程与甄选准则，旨在吸引并遴选出兼具专业技能与卓越素质的人才。譬如，在招募飞行机组人员之际，我们尤为重视评估其语言表达力、交流沟通能力以及服务精神等维度；而在招募地面服务团队时，则侧重于衡量其业务熟练程度、团队合作精神等关键方面。员工技能培育与成长规划：借助精心设计的培训方案与职业发展蓝图，增强员工的专业技艺与职业风范。诸如，定期为机组团队组织安全规范教育、服务礼遇研习等多维度培训；针对地面服务人员，则着重开展业务精通、服务艺术等方面的培育；此外，还积极倡导员工投身继续教育项目，以拓宽学识边界，精进专业技能。绩效考评与动因激发：借助构建一套合理的绩效考评框架与动力激发机制，点燃员工的工作热情与创新能力。举例来说，依据员工的表现成效、服务水平及客户反馈等多元化指标，精心设计绩效衡量准则与奖赏措施；同时，推行杰出员工表彰计划及铺设职业晋升路径等手段，鼓舞员工持续追求更高水准的服务质量。

3 案例分析

为了更深入地探讨管理学理论在提升航空服务艺术性与管理效率中的应用，本研究选取了国内外几家成功运用管理学理论提升服务品质的航空公司作为案例进行分析。

案例一：新加坡航空

新加坡航空在提升管理效率方面，采取了多项有效措施。首先，新加坡航空注重运用信息技术优化运营流程。通过引入先进的航班运营管理系统和旅客服务系统，新加坡航空实现了航班计划、航班调度、飞行监控以及购票、

值机、安检、登机等环节的无缝衔接，大大提高了运营效率。其次，新加坡航空注重精益管理和六西格玛等先进管理方法的应用。通过优化航班计划、改进地面服务流程、引入自动化设备等措施，新加坡航空减少了航班延误和取消，提高了行李处理速度和准确性，降低了运营成本。此外，新加坡航空还注重供应链管理和人力资源管理。通过与供应商建立长期合作关系，优化物资采购流程，降低了采购成本；同时，通过科学的招聘流程、完善的培训计划和激励机制，吸引了大量优秀人才，提高了员工的专业能力和职业素养^[5]。

案例二：西南航空

西南航空以其低成本、高效率的运营模式和优质的服务品质在全球航空业中独树一帜。西南航空在提升服务艺术性方面，注重打造轻松愉悦的服务氛围。例如，西南航空的机组人员以其幽默风趣的服务风格赢得了乘客的喜爱；同时，西南航空还注重提供个性化的服务，如为乘客提供免费的零食和饮料等。在提升管理效率方面，西南航空采取了多项创新措施。首先，西南航空注重运用信息技术优化运营流程。通过引入先进的航班运营管理系统和旅客服务系统，西南航空实现了航班计划、航班调度、飞行监控以及购票、值机、安检、登机等环节的高效管理。其次，西南航空注重精益管理和六西格玛等先进管理方法的应用。通过优化航班计划、减少航班延误和取消、提高行李处理速度和准确性等措施，西南航空降低了运营成本，提高了运营效率。此外，西南航空还注重供应链管理和人力资源管理。通过与供应商建立长期合作关系，优化物资采购流程，降低了采购成本；同时，通过科学的招聘流程、完善的培训计划和激励机制，提高了员工的专业能力和职业素养。

案例三：中国国航

中国国航作为中国航空业的领军企业，一直致力于提升服务品质和管理效率。在提升服

务艺术性方面,中国国航注重打造具有中国特色的服务品牌。例如,中国国航的机组人员以其专业的服务技能和良好的服务态度赢得了乘客的赞誉;同时,中国国航还注重将中国的文化元素融入服务中,如提供具有中国特色的餐饮和娱乐节目等。在提升管理效率方面,中国国航采取了多项有效措施。首先,中国国航注重运用信息技术优化运营流程。通过引入先进的航班运营管理系统和旅客服务系统,中国国航实现了航班计划、航班调度、飞行监控以及购票、值机、安检、登机等环节的高效管理。其次,中国国航注重精益管理和六西格玛等先进管理方法的应用。通过优化航班计划、减少航班延误和取消、提高行李处理速度和准确性等措施,中国国航降低了运营成本,提高了运营效率。此外,中国国航还注重供应链管理和人力资源管理。通过与供应商建立长期合作关系,优化物资采购流程,降低了采购成本;同时,通过科学的招聘流程、完善的培训计划和激励机制,提高了员工的专业能力和职业素养。

4 实践策略与建议

依据上述剖析,本项研究特提出以下实践良策与见解,旨在助力航空公司更有效地借助管理学精髓,升华服务品质与管理效能:确立鲜明的品牌坐标与文化标识,航空公司需精准勾勒其品牌定位与文化特质,将品牌精髓与服务哲学深植于服务构思与创新之中,塑造别具一格的品牌风貌与服务享受。此外,航空公司应着力运用信息技术手段精简运营流程,加速

运营流转;同步采纳精益生产、六西格玛管理等前沿理念,竭力削减冗余与波动,实现成本的有效管控。强化供应链及人力资源管理体系:航空公司需与供应商构建稳固的长期协作桥梁,精简并优化物资采购流程,力求削减成本开支;并且,借助严谨的招聘流程、全面的培育规划以及激励措施,着力提升员工的专业技能与职业操守。聚焦顾客感受与情感纽带建设:航空公司应高度重视顾客体验的优化工作,通过绘制详尽的顾客旅行蓝图、构建情感共鸣的桥梁等手段,深入洞察旅客的多元化需求与痛点,进而提供量身定制的服务享受。强化网络安全屏障:鉴于信息技术的日益普及,航空公司需着力加固网络安全防线,以保障其信息系统的牢靠与安全运行。

5 结论

本研究通过文献综述、案例分析以及专家访谈等方法,系统地分析了管理学理论在航空服务中的应用路径和实践策略。研究结果表明,将管理学理论融入航空服务实践中,不仅能够有效提升服务的艺术性与创新性,还能显著优化运营流程,降低成本,提高整体管理效率。因此,航空公司应积极运用管理学理论,不断提升服务品质和管理效率,以在激烈的市场竞争中占据优势地位。未来,随着全球航空业的不断发展和乘客需求的日益多样化,航空公司还需不断探索新的服务理念和管理方法,以满足市场需求并实现可持续发展。

参考文献

- [1]李雅琦.基于项目管理的中职人才订单式培养流程研究[J].西安石油大学学报(社会科学版),2023,32(4):105-108.
- [2]张一丁.基于项目管理的高校校园文化建设研究[J].教育理论与实践,2022,42(15):37-40.
- [3]周红雨.高职空中乘务专业建设探索[J].中国成人教育,2021(11):150-151.
- [4]杨省贵,徐昶,艾璇.航空公司运营效率研究文献综述[J].重庆交通大学学报(社会科学版),2022,22(2):31-41.
- [5]张紫祎.大数据时代航空服务艺术与管理的变革[N].江苏经济报,2024-11-08(T01).

作者简介:王雨萌(2004-),女,汉族,本科学历,研究方向:管理学的相关研究