

Anna Mężyk, Stanisława Zamkowska

Podnoszenie jakości usług w przewozach pasażerskich

Obecna sytuacja rynkowa stawia producentów usług transportowych wobec konieczności zmiany filozofii działania. Wyprodukowanie usługi, nawet doskonałej z punktu widzenia producenta, nie gwarantuje jej akceptacji przez nabywców. W centrum uwagi powinien znaleźć się klient – podróżny i jego oczekiwania. Właściwa zatem kolejność działań to nie wyprodukować usługę i sprzedać ją, ale najpierw należy poznać preferencje nabywców i przygotować odpowiadającą im ofertę usługową.

Zmiany, jakie zachodzą w związku z nasyceniem rynku, prowadzą do zaostrzenia konkurencji między oferentami dóbr i usług, co również wymaga zmiany podejścia do jakości oferowanych usług. Prawidłowość ta dotyczy w równym stopniu komunikacji zbiorowej.

Sytuacja komunikacji zbiorowej jest o tyle specyficzna, że oprócz konkurencji między oferentami transportu publicznego istnieje poważne zagrożenie ze strony motoryzacji indywidualnej. Aby sprostać temu zagrożeniu transport publiczny musi stworzyć na tyle atrakcyjną dla pasażera ofertę, aby mogła stanowić alternatywną propozycję wobec jazdy własnym samochodem.

Kolejnym aspektem przemawiającym na rzecz doskonalenia jakości usług w transporcie zbiorowym jest walor ekologiczny. Wobec postępującej degradacji środowiska, ciężar obsługi komunikacyjnej powinien zostać przeniesiony, szczególnie w miastach, na komunikację zbiorową. W demokratycznym społeczeństwie może się to tylko odbyć na drodze swobodnego wyboru dokonanego przez użytkownika. W tym procesie wyboru jakości usług ma decydujące znaczenie. Daje to również szansę jej przetrwania i rozwoju w gospodarce rynkowej.

Fazy projektowania jakości usługi przewozowej

Zarządzanie poprzez jakość znalazło szerokie praktyczne zastosowanie w działalności gospodarczej w latach 80. Początkowo teoria jakości odnosiła się głównie do oceny końcowego wyniku procesu produkcyjnego, jakim był wyrób lub usługa. Jakość w usługach przewozowych rozumiano jako perfekcyjny pod względem technicznym transport od punktu początkowego do końcowego.

Obecnie podaż produktów jest większa niż popyt, co oznacza, że rynek z jakim mamy do czynienia, to rynek klienta, a więc punktem odniesienia dla jakości usług stał się klient i jego wymagania. Tym samym zmieniło się rozumienie pojęcia jakości w usługach przewozowych i odnosi się ono do usług, dostosowanych do potrzeb podróżnych od chwili pierwszego kontaktu z klientem do chwili zakończenia podróży. Jakość techniczna stała się więc tylko jednym z elementów jakości usługi przewozowej.

Dla uzyskania wysokiej jakości produktu niezbędne jest podnoszenie jakości wszystkich czynności i operacji, składających się na proces przygotowania, produkcji i dystrybucji. A więc, nie sam proces produkcyjny i zachodzące tam operacje są przedmiotem zainteresowania zarządu firmy, ale wszystkie czynności, jakie są realizowane w kontaktach z klientem oraz wewnątrz firmy. Odzwierciedla to nazwa Kompleksowe Zarządzanie Jakością (Total Quality Management).

Taki sposób oddziaływania, polegający na dążeniu do realizacji własnych celów przez jak najlepsze zaspokojenie potrzeb i pragnień klientów, nosi nazwę zarządzania marketingowego [1]. Z samej definicji zarządzanie to ma na celu oddziaływanie na jakość i to w kierunku, wyznaczonym przez potrzeby i pragnienia klientów. Wynika z tego, że zarządzanie jakością obejmuje:

- określenie potencjalnych klientów i rodzaju potrzeb, które chce się zaspokajać,
- szczegółowe rozpoznanie potrzeb i preferencji klientów oraz dotychczasowego stopnia ich zaspokojenia, przy uwzględnieniu działań konkurencji,
- zaplanowanie odpowiedniej strategii i kompozycji instrumentów marketingowych.
- realizację planów w odpowiednio ukształtowanych formach organizacyjnych, przy wykorzystaniu właściwych systemów kierowania i kontroli wyników.

W odniesieniu do działalności przewozowej można wyróżnić następujące fazy powstawania produktu – oferty przewozowej, które są obszarami działań nakierowanych na podnoszenie jakości¹⁾:

- badanie potrzeb przewozowych – rozpoznanie rynku,
- projektowanie i przygotowanie usługi przewozowej (trasy, przystanki, rozkład jazdy, tabor, taryfa),
- dystrybucja ofert przewozowych (informacja, sprzedaż biletów),
- kontrola jakości wykonania usługi (wnioski do procesu zarządzania jakością).

Każda z wymienionych faz ma wpływ na ostateczną jakość usługi, ocenianą przez klienta w skali zależnej od spełnienia jego wymagań.

Preferencje podróżnych

Oczekiwania klienta wobec usługi przewozowej dotyczą nie tylko faktu przemieszczenia z punktu A do B, ale także nakładają pewne wymagania wobec sposobu przemieszczenia. Najczęściej stawiane przez podróżnych, uznane w literaturze, wymagania odnoszą się do:

- czasu i bezpośredniości podróży,
- wygody i komfortu,
- dostępności,
- kosztu podróży,

¹⁾ Specyfiką usługi transportowej jest jedność jej produkcji i konsumpcji, zachodząca w trzech wymiarach: jedności czasu, miejsca i rozmiarów.

- bezpieczeństwa,
- niezawodności,
- informacji.

Wymienione oczekiwania wobec usług przewozowych wydają się być oczywiste, jednak gdy zachodzi potrzeba oceny jakości usługi powstają trudności z precyzyjną miarą spełnienia poszczególnych postulatów. Trudności te mogą być związane zarówno ze



Biuro obsługi podróżnego na DB

Fot. J. Goździewicz



Automat biletowy oraz panel SOS, z którego można wezwać pomoc lub pracownika zajmującego się obsługą osób niepełnosprawnych

Fot. J. Goździewicz

stopniem mierzalności, jak też z doбором odpowiednich mierników w różnych uwarunkowaniach. Część postulatów przewozowych, jak np. prędkość, punktualność, częstotliwość kursowania pojazdów²⁾ i niezawodność jazdy jest odnoszona do ustalonego wstępnie wzorca (np. rozkładu jazdy lub układu przestrzennego linii komunikacyjnych), dzięki czemu może być mierzona.

Niektóre jednak postulaty, takie jak np. komfort podróży czy warunki bezpieczeństwa, są oceniane subiektywnie zarówno przez pasażerów, jak i specjalistów.

Postulaty przewozowe mogą dynamicznie ulegać zmianom w zależności od kilku czynników, np.:

- zmian potrzeb i oczekiwań ludności,
- różnych uwarunkowań odległości i czasu podróży,
- konkurencji na rynku.

Zmiany potrzeb i oczekiwań klientów, stymulowane dodatkowo konkurencją działającą na tym samym rynku, wymuszają konieczność ich systematycznego badania i odpowiedniego dostosowywania oferty.

Oczekiwania podróżnych zmieniają się, ponieważ warunki życia współczesnego człowieka także ulegają obecnie wyraźnym zmianom. Odzwierciedleniem tego jest m.in. przyspieszenie tempa życia i wzrost aktywności w różnorodnych dziedzinach. Czas staje się dobrem najcenniejszym, które nie powinno być marnotrawione. Dlatego transport publiczny musi sprostać przede wszystkim wymaganiom związanym z czasem, oferując coraz większe prędkości przemieszczania się i możliwość wykorzystania czasu przeznaczonego na podróż.

Nie zawsze możliwa jest realizacja podróży z wykorzystaniem tylko jednego środka transportu, co zapewnia zazwyczaj najkrótszy czas przemieszczenia. Często konieczne jest skorzystanie z usług różnych przewoźników. Sprostanie oczekiwaniom klienta w tym zakresie wywiera presję na sprawne skoordynowanie przewozów częściowych w łańcuchu podróży. Głównym celem koordynacji usług przewozowych jest zintegrowana oferta transportu zbiorowego, zapewniająca przewozy w systemie „od drzwi do drzwi”. Osiągnięcie tego celu jest możliwe poprzez dobrą organizację łańcucha podróży i likwidację barier między systemami transportowymi. Stąd też współpraca przewoźników powinna obejmować:

- wspólne korzystanie z punktów odprawy podróżnych,
- konstrukcję jednolitej taryfy i wspólnego biletu,
- uzgodnienia rozkładów jazdy,
- intermodalną informację o różnych ofertach przewozowych.

Jako przykład zaawansowanych działań w kierunku integracji transportu zbiorowego można podać funkcjonowanie związków taryfowo-komunikacyjnych w Niemczech. Już od ponad 30 lat wprowadzają one wspólną ofertę w miastach i regionach, z dużym udziałem transportu szynowego, w tym kolei. Tego typu działania wchodzą w zakres intermodalności transportu pasażerskiego.

Intermodalność może objąć nie tylko usługi przewozowe, lecz także usługi towarzyszące, dzięki którym podróż będzie łatwiejsza i bardziej atrakcyjna, a jej czas maksymalnie wykorzystany. Do zakresu tych usług należą: usługi gastronomiczne, bagażowe, parkingowe, hotelowe, handlowe (możliwość zrobienia zakupów, uregulowania płatności). Intermodalność wyraża się także poprzez możliwość regulowania wszelkich należności jedną kartą płatniczą, pełniącą jednocześnie funkcje biletu. Szczególnie przy-

²⁾ Np. oczekiwania wobec częstotliwości są inne w odniesieniu do przewozów dalekich i aglomeracyjnych.

datny do konstrukcji i dystrybucji takiej oferty jest internet, który umożliwi bezpośredni kontakt z klientem, poszerzając zakres informacji i dostępność usług.

Innym, widocznym elementem współczesnego stylu życia, mającym wpływ na transport, jest rosnące znaczenie czasu wolnego i właściwego jego wykorzystania. Coraz bardziej atrakcyjnym sposobem jego spędzania jest turystyka i rekreacja. Rosnąca zamożność społeczeństw i możliwości transportu otwierają nowe rejony dla turystyki, również o zasięgu europejskim. W tej dziedzinie są znaczące szanse rozwoju dla transportu zbiorowego.

Natomiast wymagania, jakie stawia klient w odniesieniu do warunków podróży wynikają najczęściej z porównania z warunkami jazdy samochodem osobowym. Spełnienie tych oczekiwań jest możliwe poprzez wprowadzenie odpowiednich zmian w konstrukcji i wyposażeniu taboru. Chodzi nie tylko o zmiany poprawiające komfort jazdy i estetykę wnętrza pojazdu, ale głównie dostosowanie go do potrzeb osób niepełnosprawnych. Z punktu widzenia transportu zbiorowego osoby niepełnosprawne to wszystkie osoby odczuwające utrudnienia w swobodnym poruszaniu się. Nie musi to dotyczyć niepełnosprawności fizycznej, ale np. osób starszych, matek z małymi dziećmi, kobiet w ciąży, osób z większym bagażem. Do nowych konstrukcji taborowych uwzględniających te wymagania zalicza się tabor niskopodłogowy.

Podsumowując, współcześni klienci transportu zbiorowego oczekują:

- przewozu w systemie „od drzwi do drzwi” poprzez dobrą organizację łańcucha podróży, m.in. dobre skomunikowania z pociągami i współpracę ze środkami transportu miejskiego;
- dostępności informacji poprzez nowe media, takie jak Internet, nośniki elektroniczne, bezpłatne infolinie;
- różnorodności informacji; nie tylko informacji o rozkładzie jazdy, ale także informacji o taryfach, biletach i usługach towarzyszących;
- krótkiego czasu podróży; możliwość wykorzystania czasu podróży na pracę lub odpoczynek; wiąże się z tym postulat dużej częstotliwości kursowania, zwłaszcza w ruchu regionalnym i aglomeracyjnym;
- łatwości odczytania i zapamiętywania połączeń (stałe końcówki godzinowe odjazdów w ruchu cyklicznym);
- łatwości nabywania biletów i różnorodności form płatności; elastyczności taryfowej;
- wysokiego komfortu i estetyki otoczenia (wewnątrz pojazdu i na przystankach);
- bezpieczeństwa podróży, również osobistego;
- dodatkowych usług towarzyszących, w tym: bagażowych, hotelowych, gastronomicznych.

Wymienione postulaty powinny być uwzględniane przy projektowaniu sieci, konstrukcji i wyposażeniu taboru oraz przy opracowywaniu nowych ofert obsługi podróżnych.

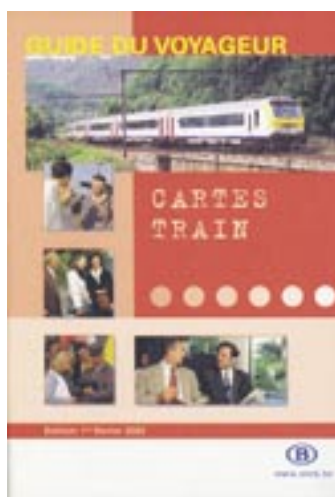
Badanie preferencji podróżnych

Transport pełni rolę usługową w stosunku do innych potrzeb społecznych, dlatego jego dostosowanie do potrzeb podróżnych zawsze było punktem wyjścia w kształtowaniu produkcji transportowej. Współczesne podejście do jakości usług i orientacja na klienta wywołują powstawanie innowacyjnych pomysłów i sposobów na zarządzanie jakością we wszystkich wymienionych wcześniej fazach powstawania produktu – usługi przewozowej tak, aby możliwe było jak najlepsze spełnienie oczekiwań klientów.



Perony kolei DB są wyposażone w informatory wizualne dla podróżnych

Fot. J. Goździewicz



Przewodnik dla podróżnych z taryfami jest dostępny bezpłatnie na dworcach (koleje belgijskie SNCB)



Kieszonkowy, bezpłatny rozkład jazdy dla linii (koleje francuskie SNCF)

W fazie badania potrzeb przewozowych istotny jest przede wszystkim dobór metod badania potrzeb i preferencji podróżnych. Najbardziej rozpowszechnione są metody ilościowe, które pozwalają oszacować potoki podróżnych i kierunki podróżowania, a także stanowią wytyczne do kształtowania częstotliwości obsługi oraz doboru środków transportu. Wyniki badań ilościowych mają wpływ głównie na projektowanie i przygotowanie usługi przewozowej – tras, przystanków, rozkładów jazdy, itd. Natomiast metody jakościowe nakierowane są na badanie preferencji podróżnych i odnoszą się do stopnia realizacji postulatów przewozowych. Najbardziej rozpowszechnione metody to ankiety i wywiady, w których zadawane są pytania na temat jakości usługi postrzeganej przez odbiorców, np. wygody, dostępności.

Ciekawy sposób zbierania informacji o preferencjach podróżnych zastosowany został w przedsiębiorstwie komunikacyjnym SSB w Stuttgarcie. Raz w roku przedsiębiorstwo przeprowadza ankiety wśród klientów, sprawdzając jak postrzegają oni usługi przedsiębiorstwa. Zapytano klientów, co jest dla nich najważniejsze, a co mniej ważne oraz jak badane przedsiębiorstwo spełnia

te postulaty. Uzyskane odpowiedzi umożliwiły uszeregowanie dotychczasowych postulatów w nowej kolejności, odpowiadającej priorytetom podróży. Okazało się, że najważniejsze dla klienta, to zapewnienie połączeń, następnie punktualność, częstotliwość, bezpieczeństwo, czystość, uprzejmość i kompetencja personelu, informacja oraz łatwość zakupu biletów. Kolejność wskazanych przez klientów priorytetów odbiegała od przyjętej systematyki przedsiębiorstwa, a ocena stopnia zadowolenia klientów ze spełniania priorytetowych dla nich wymagań miała wpływ na nowe ukształtowanie usługi.

W celu włączenia wszystkich pracowników przedsiębiorstwa w proces kształtowania jakości zaproponowano nowy sposób zbierania informacji o usługach przewozowych. Co kwartał wprowadzane są osoby testujące spośród pracowników firmy. Są to osoby, które podróżują środkami komunikacji firmy, stawiając się w pozycji klientów i oceniają system według określonych kryteriów. Uzyskana w ten sposób ocena jakości usług jest bardzo obiektywna, kształtując jednocześnie nową świadomość pracowników.

Podobny system oceny jakości komunikacji miejskiej wprowadzono w jednym z miast amerykańskich. Burmistrz owego miasta zakazał radnym dojeżdżania do pracy samochodami, zalecając korzystanie ze środków komunikacji zbiorowej. Miało to wpływ zarówno na promocję ekologicznych rozwiązań w transporcie miejskim, jak też na ocenę jakości tych usług dostępnych dla ludności.

Kształtowanie ofert w komunikacji publicznej wymaga przeprowadzania kontroli jakości oferowanych usług, w ramach której może wyłonić się konieczność ich poprawy i zmian. Z myślą o poprawie jakości usług dla pasażerów komunikacji zbiorowej w niektórych miastach niemieckich, dwa razy w roku, przez około trzy dni, przeprowadzana jest kontrola jakości oferowanych usług komunikacyjnych. Kontrola przeprowadzana np. przez Towarzystwo Verkehrsaktiongesellschaft (VAG) z Norymbergii polega przede wszystkim na bezpośredniej rozmowie z pasażerami oraz zebraniu ich opinii o usługach komunikacyjnych.

Zadawane klientom pytania dotyczą różnych kwestii, w tym najczęściej odnoszą się do:

- czystości w środkach komunikacji;
- czystości na przystankach;
- estetyki rozkładów jazdy;
- ewentualnych zmian i ulepszeń widzianych oczami klienta.

Pytania dotyczą również kierowców, ponieważ ich obowiązki nie skupiają się tylko na kierowaniu pojazdem, ale obejmują również:

- udzielanie pasażerom informacji dotyczących linii i rozkładów jazdy;
- udzielanie pomocy osobom niepełnosprawnym przy wsiadaniu i wysiadaniu;
- sprzedaż biletów, itp.

Inną formą oceny jakości usług transportowych jest ankieta, skierowana bezpośrednio do pasażerów, zawierająca najczęściej następujące pytania.

- Jak daleko znajduje się Pana(i) przystanek?
- Jak często kursuje środek komunikacji, z którego Pan(i) korzysta?
- Ile czasu potrzebuje Pan(i) aby dotrzeć do celu?

- Jak często musi Pan(i) korzystać z przesiadek?
- Czy jest Pan(i) dostatecznie poinformowany(a) o oferowanych usługach?

Bardzo ważną dla procesu zarządzania jakością jest kontrola jakości wykonania usługi. Ocena i kontrola jakości jest często traktowana zbyt wąsko jako ocena przedsiębiorstwa ze stopnia wywiązania się z założeń produkcyjnych. Jednak pogłębiona analiza informacji uzyskanych w procesie kontroli jakości pozwala pozyskać cenną wiedzę o rzeczywistych oczekiwaniach klientów.

Wnioski z kontroli wskazują na te obszary jakości, które są niewystarczające i ukierunkowują dalsze działania. Swoistą kontrolą jakości są skargi i zażalenia pasażerów, traktowane zazwyczaj jako przykra uciążliwość. Jednak w istocie stanowią one bardzo cenne i najtańsze źródło informacji o niedostatkach w jakości usług przewozowych, co sprawia, że stają się dla przedsiębiorstwa wartościowe. Odpowiednio potraktowane i przetworzone skargi i zażalenia mogą przyczynić się do przyciągnięcia kolejnych klientów. Tak więc firma powinna być zainteresowana ułatwianiem klientom zgłaszania swoich uwag.

Informacja jako element jakości przewozów

W fazie dystrybucji ofert przewozowych, która obejmuje zarówno informację o usłudze, jak i samą sprzedaż biletów, najważniejsze jest jak najszersze dotarcie z informacją do potencjalnego klienta. Badania wykazują, że około 20% potencjalnych podróży komunikacją zbiorową nie jest podejmowanych z powodu braku odpowiedniej informacji. Szczególnie istotne jest dotarcie z szybką informacją w przypadku zmian rozkładu jazdy lub taryfy, a także do grup osób nie korzystających zwyczajowo z komunikacji publicznej.

Każdej podróży, a szczególnie tej, w której podróżny korzysta z kilku środków transportu, powinien towarzyszyć odpowiedni łańcuch informacji. Wszystkie informacje, jakimi powinien dysponować podróżny, można pogrupować w zależności od fazy ich dostarczania. Wyróżniamy zatem następujące informacje:

- poprzedzające podróż,
- przekazywane w czasie jazdy,
- przydatne po zakończeniu podróży.

Informacje poprzedzające podróż potrzebne są w procesie podejmowania decyzji o wyborze środka podróży, a następnie w fazie szczegółowego planowania podróży. Faza podejmowania decyzji wymaga pozyskania wielu informacji, w tym informacji o:

- oferowanych szybkościach przemieszczania,
- dostępności środka transportu,
- częstotliwości kursowania³⁾,
- komforcie,
- cenach biletów i ulgach,
- ofertach promocyjnych,
- możliwości zarezerwowania miejsca,
- obsłudze bagażu,
- usługach dodatkowych.

Następną fazą po podjęciu decyzji o wyborze sposobu podróży jest jej dokładne zaplanowanie. Pasażer powinien mieć dostęp do odpowiedniej informacji tak, aby mógł ułożyć swoją podróż „od drzwi do drzwi” i wybrać najbardziej odpowiednią jej trasę od początku do końca. W tej fazie najbardziej podstawowym obsza-

³⁾ Dostępność i częstotliwość kursowania np. w transporcie lotniczym jest znacznie mniejsza niż w transporcie autobusowym.

Upowszechnienie nowoczesnych technologii informatycznych i telekomunikacyjnych w transporcie pasażerskim umożliwia również zagospodarowanie czasu podróży. Istniejące możliwości techniczne mogą być wykorzystane do przekazywania audycji radiowych, telewizyjnych, czy nadawania reklam. Wysoki standard usług w przewozach pasażerskich (np. w szybkich pociągach) obejmuje także korzystanie z komputera, Internetu czy telefonu.

Innym obszarem zastosowania nowoczesnych technologii łączności jest nadzorowanie bezpieczeństwa pojazdów i podróży, co zasadniczo zwiększa komfort podróżowania.

Nowoczesna obsługa przewozowa obejmuje także opiekę nad podróżnym po zakończeniu przewozu. W fazie końcowej podróży przydatne dla podróżnego są informacje o:

- możliwościach dotarcia do ostatecznego celu podróży (np. połączenia w komunikacji miejskiej i podmiejskiej),
- możliwościach powrotu,
- możliwościach pozostawienia bagażu,
- innych usługach,
- otoczeniu przystanku (mapki sytuacyjne przystanku i okolicy, drogi wyjścia).

Współcześnie zakres pożądanej i oczekiwanej przez pasażerów informacji staje się coraz szerszy ze względu na nowe tendencje w transporcie zbiorowym, określane mianem intermodalności. Intermodalność transportu pasażerskiego jest rozumiana jako korzystanie przez podróżnych z różnych gałęzi transportu w jednej podróży. Może objąć nie tylko usługi przewozowe, lecz także dodatkowe, dzięki którym podróż będzie łatwiejsza i bardziej atrakcyjna. Do tego zakresu należą:

- usługi gastronomiczne,
- bagażowe,
- parkingowe,
- hotelowe,
- handlowe (możliwość zakupów, uregulowania płatności),
- kultura i rozrywki,
- targi.

Unia Europejska kładzie silny nacisk na rozwój intermodalności [2]. W procesie tworzenia usługi intermodalnej dużą rolę odgrywa informacja przekazywana między przewoźnikami oraz między przewoźnikami a otoczeniem, oferującym usługi dodatkowe.

W tej sferze usług rynkowych otwiera się miejsce dla organizatora podróży w transporcie zbiorowym, który by zbierał te informacje i transformował do postaci rozbudowanej oferty przewozowej.

W procesie wymiany informacji między przewoźnikiem lub organizatorem usług przewozowych a klientami szczególnie ważna jest jakość informacji i jej dostosowanie do wymagań i oczekiwań różnych grup podróżnych. Podstawowym wymogiem jest łatwość uzyskania informacji. Ponadto powinna ona być

kompletna, czytelna i zrozumiała, aktualna, precyzyjna i niezawodna, uwzględniająca wszelkie zmiany i odchylenia od założonego planu, zwłaszcza zmiany w rozkładach jazdy i taryfach.

Organizatorzy transportu mają obecnie do swojej dyspozycji wiele narzędzi i kanałów służących przekazywaniu informacji. Współcześnie dostępne innowacyjne technologie informatyczne znacznie zwiększają możliwości przekazywania informacji o podróży, w tym głównie informacji w czasie rzeczywistym. Niemniej jednak i tradycyjne kanały informacji potrafią sprostać różnym wymaganiom.

Rola taryf w kształtowaniu jakości usług przewozowych

System taryfowy i ceny powinny pełnić rolę instrumentu marketingowego. Należy nie tylko zróżnicować ofertę cenową dla klientów z poszczególnych segmentów rynku, lecz także uwzględnić konkurencję ze strony motoryzacji indywidualnej. Przegląd stosowanych taryf i cen w krajach europejskich pozwala na wypuklenie pewnych zasad, których wdrożenie podnosi atrakcyjność usług przewozowych i ich ocenę przez klientów.

■ Proponowane rodzaje biletów często mają charakter ofert – produktów, a stosowane ulgi są zniżkami handlowymi.

■ Prezentowane systemy taryfowe bazują na podziale danego obszaru na koncentryczne strefy, a więc proponowane bilety, np. okresowe, umożliwiają osiągnięcie wielu celów podróży różnymi liniami w ramach jednej opłaty, co jest atrakcyjne dla podróżnych.

■ Oferta biletów jednorazowych i okresowych jest bardzo szeroka i zróżnicowana, dostosowana do potrzeb i możliwości grup ludności z różnych segmentów rynku, tj. oprócz dojeżdżających do pracy, także uczniów i studentów, rodzin z dziećmi, osób starszych. Cechą charakterystyczną dla biletów okresowych jest relatywna obniżka ceny wraz z wydłużeniem okresu ważności biletu.

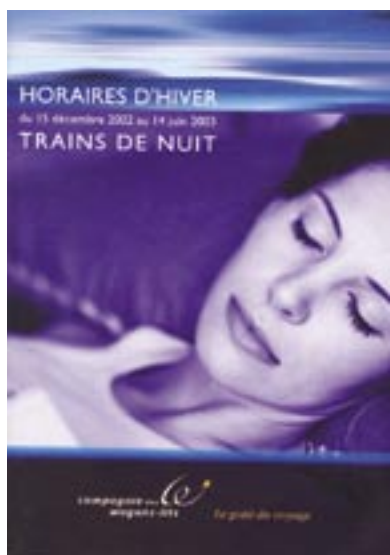
■ Stosowane systemy dbają o ochronę warunków podróży dla osób dojeżdżających do pracy, poprzez wyłączenie ważności biletów w okresach szczytu dla innych grup ludności. Jest to o tyle ważne, że właśnie te osoby są potencjalnymi użytkownikami samochodów indywidualnych, a więc stworzenie im dobrych warunków może je zachęcić do pozostania przy komunikacji zbiorowej. Jednocześnie uregulowanie to wpływa na lepsze wykorzystanie zdolności przewozowej poza godzinami szczytu.

■ Oferowane są duże zniżki i korzystne oferty dla osób uczących się, np. refundacja tych ulg w Niemczech pozwala przewoźnikom na optymalne wykorzystanie taboru w dni powszednie i w innych dniach do celów okazjonalnych czy turystycznych.

■ Oferowane są korzystne ceny dla rodzin lub grup osób podróżujących razem, co zachęca szczególnie do aktywności w czasie wolnym od pracy lub poza godzinami szczytu przewozowego.

■ Systemy opłat dla osób starszych są zróżnicowane i uwzględniają ich niższy status materialny. Ta oferta ma na celu także lepsze wykorzystanie zdolności przewozowej przedsiębiorstw w czasie zmniejszonego natężenia ruchu.

■ Przy zakupie zbiorowych biletów dla pracowników przedsiębiorstw udzielane są duże rabaty. Ta oferta ma na celu włączenie pracodawców w działania zmierzające do poprawy warunków życia w mieście oraz warunków dojazdu do pracy. Pozwala to również rozwiązać problem wystarczającej liczby miejsc do parkowania nie tylko dla swoich pracowników, lecz także dla klientów.



Informator dla podróżnych o nocnych pociągach SNCF z taryfami

■ Coraz bardziej powszechne są bezgotówkowe systemy wnoszenia opłat, np. poprzez możliwość potrącania należności z konta osobistego albo płacenie kartą elektroniczną. W ten sposób klient nie musi rezygnować ze swoich przyzwyczajęń przyjętych przy zakupie innych dóbr.

Bezpieczeństwo i organizacja ruchu jako czynniki podnoszące jakość usług

Bardzo ważną obecnie kwestią, związaną z podniesieniem atrakcyjności komunikacji zbiorowej, jest zapewnienie podróżnym właściwego poziomu bezpieczeństwa. Problem ten pojawia się zarówno w drodze do przystanku, podczas oczekiwania na przystanku, jak też w czasie jazdy. Środki komunikacji zbiorowej – jako obiekty publiczne z dużą koncentracją ludzi – są szczególnie zagrożone nasilającymi się aktami wandalizmu i przestępczości, co powoduje strach i niepewność.

W celu poprawy bezpieczeństwa pasażerów, korzystających z usług komunikacji zbiorowej, należałoby odpowiednio dostosować:

- architekturę przystanków i stacji, także dworców autobusowych; wadami ich są przeważnie: niedostateczne oświetlenie, długie zamknięte korytarze, ciemne zakamarki, smutna kolorystyka, brud i zaniedbanie;
- wnętrza pojazdów, podnosząc ich estetykę i odporność na uszkodzenia;
- strefy dojścia do dworców i przystanków;
- systemy łączności i monitoringu, także w pojazdach.

Poprawa jakości usług przewozowych zależy nie tylko od przewoźnika i nowych rozwiązań techniczno-konstrukcyjnych w taborze, ale w dużej mierze od postawy władz publicznych i miejskich, spełniających rolę organizatora transportu zbiorowego. Wśród działań leżących w gestii organizatorów można wymienić:

- nowe inwestycje związane z infrastrukturą transportu miejskiego;
- zmiany w organizacji ruchu drogowego, nadające priorytet dla środków obsługujących przewozy zbiorowe (m.in. wydzielone pasy ruchu, sygnalizacja, wspólne pasy ruchu dla autobusów i tramwajów);
- dobre skomunikowania;
- działania ukierunkowane na zwiększenie bezpieczeństwa;
- działania ukierunkowane na zwiększenie neutralności ekologicznej komunikacji zbiorowej;
- integrację różnych gałęzi w jeden system (integracja rozkładów jazdy, biletów, informacji);
- zmiany w organizacji i zarządzaniu transportem zbiorowym, nastawione na konkurencję i udział przewoźników prywatnych;
- trwałe finansowanie transportu zbiorowego, w tym refundacja ulg, pomoc w odnowie taboru.



Czyste, zagospodarowane i dobrze oznakowane dworce kolejowe DB – Potsdam
Fot. J. Goździewicz

Zakończenie

Podstawowe znaczenie zarządzania jakością w działalności gospodarczej stało się nie tylko przejawem mody ostatnich lat ubiegłego wieku, ale jest skutkiem wymagań stawianych w wyniku działania mechanizmów rynkowych. W pierwszym rzędzie, aby zapewnić przetrwanie firmy na rynku, należy zaoferować wyższą jakość usług, satysfakcjonujących klientów.

Drogą do tego w usługach przewozowych dla ludności jest uwzględnienie nie tylko podstawowych wymagań pasażerów, ale poszukiwanie dodatkowych możliwości zadowolenia klienta poprzez szeroką informację, stosowanie nowoczesnych technologii umożliwiających zakup i rezerwację miejsc, poprawę bezpieczeństwa podróży oraz ofertę usług dodatkowych.

Systemy transportu zbiorowego przyszłości powinny uwzględniać wyższą jakość usług, wykorzystując innowacje techniczne, technologiczne, organizacyjne i ekonomiczne.



Literatura:

- [1] Szalucki K., Wyszomirski O.: *Działania własne przedsiębiorstw komunikacji miejskiej na rzecz jakości usług*. II Ogólnopolska Konferencja „Komunikacja miejska”. Łódź '1998.
- [2] Biała Księga. *Europejska polityka transportowa 2010: czas na podjęcie decyzji*. Bruksela, wrzesień 2001.

Autorki

dr inż. Anna Mężyk
prof. dr hab. Stanisława Zamkowska
Politechnika Radomska
Wydział Transportu