

Jakub JACKIEWICZ, Piotr CZECH, Jacek BARCIK

STANDARDY JAKOŚCI USŁUG W KOMUNIKACJI MIEJSKIEJ – CZĘŚĆ 1

Streszczenie. Postulaty przewozowe są podstawowym kryterium oceny jakości usług transportu miejskiego. Na podstawie kryteriów jakości i za pomocą badań preferencji pasażerów można wyznaczyć standardy jakości. Wśród przykładów działań, związanych z poprawą jakości świadczonych usług znajdują się rozwiązania w postaci umów tzw. partnerstwa dla jakości. Drugim popularnym na świecie rozwiązaniem jest ustalanie gwarancji standardów usług wobec pasażerów zapisanych w karcie praw pasażera. W transporcie miejskim jednym z najważniejszych elementów procesów zarządzania jest kontrola. Wiąże się ona z nadzorowaniem i korygowaniem stanów rzeczy oraz realizowanych procesów, w celu zapewnienia ich przyszłej sprawności. Niniejszy artykuł stanowi pierwszą, z dwóch części.

SERVICE QUALITY STANDARDS IN MUNICIPAL TRANSPORT – PART 1

Summary. The requirements of transport are the main assessment criteria of service quality standards in municipal transport. Certain quality standards can be defined on the basis of quality criteria and with the use of passenger preferences tests. Among the examples of actions connected with the improvement of quality of offered services there are solutions in the form of so-called agreements of partnership for quality. Second solution, which popular around the world, is the establishment of standards guarantee of passenger services which are inscribed in charter of passenger rights. Control is one of the main elements of management process in municipal transport. It is connected with supervision and correction of state of implemented processes in order to provide their future proper functioning. This article is the first out of two parts.

1. WPROWADZENIE

Jakość usług definiowana jest jako zestaw kryteriów odpowiednich miar, za które odpowiedzialny jest dostawca usług, deklarujący zgodność z normą [1]. Definiuje się również następujące elementy jakości usług:

- jakość oczekiwana: poziom jakości preferowany przez klienta,

- jakość docelowa: poziom, jaki zamierza osiągnąć przedsiębiorstwo,
- jakość dostarczana: poziom jakości osiągany codziennie, w normalnych warunkach pracy (z uwzględnieniem wszystkich zakłóceń, niezależnie od tego z czyjej winy powstają),
- jakość odczuwana: poziom jakości odbierany przez klienta.

Pomiędzy poszczególnymi elementami pętli jakości mogą występować różnice, które są interpretowane następująco [2]:

- różnica między „jakością oczekiwaną” a „jakością docelową” oznacza, w jakim kierunku przedsiębiorstwo powinno dążyć, aby spełnić oczekiwania klientów,
- różnica między „jakością docelową” a „jakością dostarczaną” oznacza zdolność przedsiębiorstwa do osiągania swoich celów,
- różnica między „jakością dostarczaną” a „jakością odczuwaną” jest funkcją wiedzy klienta o usłudze oraz osobistych lub obcych doświadczeniach, dotyczących usługi,
- różnica między „jakością oczekiwaną” a „jakością odczuwaną” oznacza stopień zadowolenia (satisfakcji) klienta i nazywana jest tzw. luką jakościową.

Ustalenie poziomu jakości docelowej polega na ustaleniu standardów jakości, do których dąży przedsiębiorstwo. Porównując te standardy z osiąganymi wynikami oblicza się jakość dostarczaną. Natomiast poziom jakości oczekiwanej i odczuwanej ustala się za pomocą badań marketingowych, określających preferencje i satysfakcje pasażerów ze świadczonych usług. Przyjmuje się następującą procedurę procesu określania profilu jakościowego od strony użytkowników transportu miejskiego [2]:

- nadanie poszczególnym cechom oczekiwanej jakości ocen w ustalonej skali, oceny te odzwierciedlają poziom jakości preferowanej przez pasażerów,
- nadanie ocen w tej samej skali cechom odczuwanej jakości,
- wyznaczenie luki jakościowej, która określa poziom zadowolenia i satysfakcji klientów.

Postulaty przewozowe są podstawowym kryterium oceny jakości usług transportu miejskiego. Można je przedstawić jako wymagania, związane z zaspokajaniem potrzeb przewozowych. Ustalenie liczby i rodzajów zgłaszanych postulatów przewozowych jest przedmiotem wielu badań empirycznych i teoretycznych. Najczęściej wymieniane są cztery podstawowe postulaty przewozowe:

- czas,
- wygoda,
- koszt,
- bezpieczeństwo.

Ranga i hierarchia poszczególnych postulatów przewozowych jest różna w ocenie poszczególnych użytkowników transportu miejskiego. Nie można ustalić jednej hierarchii postulatów obowiązującej we wszystkich miastach, gdyż jest ona determinowana warunkami lokalnymi.

W badaniach preferencji komunikacyjnych, przeprowadzonych przez firmę Ernst&Young, na potrzeby opracowania wykonywanego na zlecenie KZK GOP, jako najważniejsze postulaty przewozowe wskazano: punktualność, niezawodność, częstotliwość i bezpośredniość [3]. Badania satysfakcji, przeprowadzone równoległe, nie pozwalają na wyznaczenie luki jakościowej, gdyż respondentów nie pytano o wskaźniki jakości oczekiwanej i odczuwanej. W wynikach badań podano jedynie oceny usług. Wynika z nich, że ankietowani najbardziej zadowoleni są z czasu dojścia (77% ocen pozytywnych), a najmniej z liczby wolnych miejsc w szczycie przewozowym (58% ocen negatywnych).

Na podstawie kryteriów jakości i za pomocą badań preferencji pasażerów można wyznaczyć standardy jakości. Rozumiane są one jako zdolność systemu do spełnienia

określonych wymagań jakościowych, stawianych przez klientów. Standard w węższym znaczeniu oznacza również wartość graniczną, związaną z określoną cechą [4].

Określone standardy dotyczą również stopnia napełnienia pojazdu – czyli granicznej wartości powyżej, której uznaje się, że zachodzi przekroczenie dopuszczalnego napełnienia i konieczne są zmiany w ofercie przewozowej (uruchomienie dodatkowego kursu lub zwiększenie pojemności taboru). Wartość dopuszczalnego napełnienia pojazdu jest zwykle o ok. 20-40% niższe niż nominalna pojemność pojazdu. Przykładowo w Gdyni dla autobusu standardowego o długości ok. 12 metrów i pojemności nominalnej ok. 100 miejsc maksymalne napełnienie wynosi 60 osób [2].

Wśród przykładów działań związanych z poprawą jakości świadczonych usług znajdują się rozwiązania w postaci umów tzw. partnerstwa dla jakości. Są to formalne lub nieformalne umowy między podmiotami zajmującymi się transportem miejskim, których celem jest podnoszenie standardów świadczonych usług.

Drugim popularnym na świecie rozwiązaniem jest ustalanie gwarancji standardów usług wobec pasażerów. W odpowiednim dokumencie (karcie praw pasażera) przedsiębiorstwo transportowe zobowiązuje się do realizowania usług na odpowiednio wysokim poziomie jakościowym, a w razie niespełnienia któregośkolwiek z zapisów gwarantuje odpowiednią rekompensatę.

Zapewnienie jakości świadczonych usług wiąże się z określonymi kosztami, zwanymi kosztami jakości. Są nimi wszystkie te wydatki, które ponosi przedsiębiorstwo, aby zapewnić lub poprawić jakość świadczonych usług (tzw. koszty zgodności), ale także te koszty, które przedsiębiorstwo ponosi w związku z niedostateczną jakością usług (tzw. koszty niezgodności) [2]. Rozkład kosztów pomiędzy te dwie grupy, a także pomiędzy podgrupy kosztów, jakimi są koszty zapobiegania i koszty oceny, w grupie kosztów zgodności oraz koszty wad wewnętrzne i zewnętrzne, w grupie kosztów niezgodności, może ulegać zmianie, w zależności od efektywności działania przedsiębiorstwa i przyjętej strategii. Grupy kosztów są ściśle zależne od poziomu jakości i w długim okresie czasu zalecana jest minimalizacja całkowitych kosztów jakości.

Celem podnoszenia jakości świadczonych usług jest wzrost przychodów ze sprzedaży, ale także kształtowanie wizerunku przedsiębiorstwa. Z badań przeprowadzonych wśród klientów przedsiębiorstw usługowych wynikają bardzo ważne fakty, które obrazują rangę zadowolenia i satysfakcji klienta [5]:

- koszt pozyskania nowego klienta jest pięć razy wyższy niż koszt zdobycia lojalności dotychczasowego klienta,
- wzrost lojalności klientów o 5% prowadzi do wzrostu obrotów przedsiębiorstwa o 15%,
- jeden niezadowolony klient przekazuje negatywne informacje dziewięciu dalszym osobom,
- jeden zadowolony klient przekazuje pozytywne rekomendacje trzem kolejnym osobom,
- koszt ponownego uzyskania klienta utraconego wcześniej z powodu niezadowolenia ze świadczonych usług jest 12-krotnie wyższy od kosztu pozyskania nowego klienta.

Fakty te pokazują jak bardzo istotne jest dbanie o jakość świadczonych usług. Zaniedbania w tym zakresie powodują bowiem trudne do odrobienia straty wizerunkowe, przekładające się na przychody ze sprzedaży usług. Jednak nie wystarczy jedynie zapowiadanie zmian, najpierw trzeba mieszkańcom zaoferować produkt dobrej jakości – sprawny system transportowy, a dopiero później można przekonywać do zmiany zachowań komunikacyjnych [6].

2. STANDARDY JAKOŚCI W PRZEDSIĘBIORSTWACH KOMUNIKACJI MIEJSKIEJ

W konurbacji górnośląskiej największy organizator transportu zbiorowego, czyli KZK GOP, nie stworzył dotychczas katalogu standardów jakości usług przewozowych, które precyzyjnie regulowałyby jaki poziom jakości jest oferowany pasażerom. Zapisy odnośnie części elementów systemu, jakości znajdują się w umowach przewozowych, zawieranych z przewoźnikami, jednak w dużej mierze są one dość ogólne, w szczególności w porównaniu z innymi zarządami transportu w Polsce. Wśród regulacji zawartych w umowach występują także takie, których niewypełnienie przez przewoźnika nie skutkuje żadnymi sankcjami lub takie, których interpretacja jest bardzo szeroka. Porównanie przykładowych standardów jakości, określanych przez różnych organizatorów komunikacji, wypada z niekorzyścią dla KZK GOP.

Jednym z podstawowych standardów określanych w kontraktach z przewoźnikami są parametry taboru, jakim wykonywane są usługi przewozowe. Zagadnienia związane z niektórymi elementami takimi, jak wiek czy pojemność taboru opisane zostały w rozdziale poświęconym kontraktowaniu usług. Oprócz tych podstawowych parametrów dla zapewnienia odpowiedniej jakości świadczonych usług istotne są też inne elementy – przede wszystkim wyposażenie pojazdu i jego oznakowanie. KZK GOP w specyfikacjach przetargowych określa bardzo ogólnie wyposażenie pojazdu. Przykładowe zapisy brzmią [7]:

- liczba miejsc siedzących w autobusie nie może być mniejsza niż 20% ogólnej, wskazanej przez producenta pojemności autobusu,
- przedział kierowcy – łączący się z wnętrzem pojazdu, umożliwiający bezpośredni kontakt kierowcy z pasażerem,
- drzwi pasażerskie – co najmniej dwoje drzwi dla taboru typu B i co najmniej troje dla taboru typu C; wszystkie drzwi uruchamiane mechanicznie ze stanowiska kierowcy, spełniające wymagania techniczne ujęte w Polskiej Normie PN-S-47010,
- kasowniki elektroniczne o min. dziesięciocyfrowym systemie kasowania w ilości co najmniej równej liczbie drzwi pasażerskich w autobusie,
- łączność telefoniczna lub radiowa pomiędzy kierującym autobusem a punktem dyspozytorskim wykonawcy, mającym łączność z policją i pogotowiem ratunkowym oraz łączność telefoniczna z zamawiającym.

Wymienione parametry są opisane bardzo ogólnie, brakuje precyzyjnych informacji np. o tym, jakie mają być miejsca siedzące, jakiej szerokości drzwi są dopuszczalne, jak ma wyglądać zabudowa kabiny kierowcy i jaka szerokość przejścia ma być pozostawiona pasażerom w przednich drzwiach. Nie ma informacji o sposobie wentylacji autobusu – zapis w tej kwestii znajduje się jedynie w projekcie umowy i mówi tylko o tym, że urządzenia do wentylacji mają być i że mają być uruchamiane ze stanowiska kierowcy. Tymczasem problem odpowiedniej wentylacji staje się coraz poważniejszy [8]. Skutkiem takich zapisów jest eksploatacja autobusów, które odbiegają od przyjętych powszechnie standardów jakości. Sprowadzane są autobusy wyposażone w wąskie jednoskrzydłowe drzwi, utrudniające wymianę pasażerów, w zabudowy kabin blokujące sporą część szerokości przednich drzwi (co w połączeniu z wymogiem wsiadania pierwszymi drzwiami i okazywania biletu kierowcy powoduje dodatkowe utrudnienia dla pasażerów) czy też całkowicie pozbawione otwieranych okien w przedziale pasażerskim.

W zakresie oznakowania pojazdu zapisy specyfikacji przetargowych są również bardzo ogólne – od przewoźników wymaga się wyposażenia pojazdu w zestaw tablic kierunkowych (elektronicznych lub zwykłych w zależności od postępowania). Umowa doprecyzowuje, że na

tablicach mają się znaleźć informacje o numerze linii, przystanku końcowym i „ważniejszych przystankach lub miejscowościach na trasie danej linii”. Tym samym, przewoźnikom zezwala się na daleko idącą dowolność w projektowaniu treści tablic kierunkowych, co prowadzi do ich nieczytelności, a czasami do wprowadzania pasażerów w błąd. KZK GOP nie precyzuje bowiem sposobu postępowania w oznakowaniu kursów okrężnych (gdzie przystanek początkowy pokrywa się z końcowym), kursów wykonywanych trasą wariantową (z obsługą dodatkowych przystanków) czy kursów o tymczasowo zmienionej trasie w związku z objazdami lub awariami. Nie są również stosowane standardy nazewnictwa przystanków. Nie są też określone parametry tablic, w szczególności elektronicznych. Powoduje to instalowanie w autobusach wyświetlaczy o niewielkich rozmiarach, niskiej rozdzielczości i przez to nieczytelnej treści.

Dla porównania specyfikacje przetargowe sporządzone przez ZKM Gdynia i ZTM Warszawa zawierają bardzo szczegółowy opis specyfikacji taboru. W Gdyni opis taboru obejmuje 23 szczegółowe punkty. W Warszawie opis autobusów, którymi świadczone będą usługi zajmuje aż 12 stron załącznika do specyfikacji przetargowej. W temacie informacji pasażerskiej specyfikacja warszawska zawiera również szczegółowy opis w odrębnym załączniku (19 stron wraz z graficznymi przykładami). W Gdyni treść napisów na tablicach kierunkowych uregulowana jest zarządzeniem Dyrektora ZKM. Standardy świadczenia usług (m.in. w zakresie realizacji rozkładu jazdy, obsługi przystanków, procedur związanych z kontrolą czy identyfikacją wizualnej) w Gdyni są precyzyjnie opisane w odrębnym załączniku do umowy. W ramach dążenia do poprawy jakości pracy personelu zdecydowano, że każdy kierowca jest zobowiązany do zdania testu ze znajomości przepisów taryfowych i standardów jakości świadczonych usług. Test organizuje ZKM Gdynia, a uczestniczą w nim kierowcy zatrudniani przez przewoźników [9]. W tabeli 1 zestawiono porównanie kilku cech u trzech organizatorów transportu [7,10,11].

Tabela 1

Porównanie wybranych standardów jakości usług u trzech organizatorów transportu zbiorowego

KZK GOP	ZKM Gdynia	ZTM Warszawa
liczba miejsc siedzących w autobusie nie może być mniejsza niż 20% ogólnej, wskazanej przez producenta pojemności autobusu	liczba miejsc siedzących (dla pasażerów, siedzenia typu „1½” liczone jako pojedyncze) – co najmniej 40 (w tym co najmniej 36 nieskładanych); charakterystyka miejsc siedzących: siedzenia typu miejskiego, z miękką wkładką na siedzisku i oparciu, 1 lub 2 siedzenia usytuowane bezpośrednio za I drzwiami na prawym nadkolu, przodem do kierunku jazdy; nie więcej niż 4 siedzenia typu „1½”; co najmniej 4 siedzenia, w tym co najmniej 2	liczba miejsc siedzących: 40÷60 pełnowymiarowych miejsc; liczba stałych miejsc siedzących na poziomie podłogi (bez podestów z bezpośrednim dostępem z podłogi): minimum 10 (odrębny rozdział poświęcony fotelom pasażerskim)

	nieskładane, dostępne z poziomu niskiej podłogi (nie na podestach), w części pojazdu pomiędzy pierwszą i drugą osią	
przedział kierowcy – łączący się z wnętrzem pojazdu, umożliwiając bezpośredni kontakt kierowcy z pasażerem	brak wymagań	kabina kierowcy całkowicie zabudowana; dopuszcza się prześwit ok. 25 cm między górną krawędzią drzwi kabiny kierowcy a sufitem kabiny
drzwi pasażerskie – co najmniej troje dla taboru typu C; wszystkie drzwi uruchamiane mechanicznie ze stanowiska kierowcy spełniające wymagania techniczne ujęte w Polskiej Normie PN-S-47010	liczba drzwi dla pasażerów – co najmniej 3 uruchamianych mechanicznie, zdalnie sterowanych przez kierowcę; układ drzwi dla pasażerów: I drzwi przed pierwszą osią, II drzwi pomiędzy pierwszą i drugą osią, III drzwi przed trzecią osią, w drugim członie; IV drzwi za ostatnią osią (jeżeli występują); szerokość drzwi w świetle – II i III co najmniej 1100 mm, pozostałe co najmniej 650 mm; w przypadku I drzwi dwuskrzydłowych oba skrzydła muszą być przeznaczone dla pasażerów (przy czym dopuszcza się możliwość niezależnego sterowania każdym ze skrzydeł przez kierowcę);	układ drzwi: 2-2-2-2 rozmieszczone równomiernie na całej długości prawej ściany nadwozia, dopuszczalne wygrozdzenie jednego skrzydła pierwszych drzwi dla kierowcy; efektywna szerokość drzwi (szerokość otworu drzwiowego dostępna dla pasażerów): 1200 mm (odrębny rozdział poświęcony sterowaniu drzwiami)
łączność telefoniczna lub radiowa pomiędzy kierującym autobusem a punktem dyspozytorskim wykonawcy, mającym łączność z policją i pogotowiem ratunkowym oraz łączność telefoniczna z Zamawiającym.	radiotelefon – pracujący w strukturze sieci łączności radiowej ZKM w Gdyni, w paśmie 400 MHz	pojazdy muszą być wyposażone w system zapewniający bezpośrednią łączność radiową pomiędzy prowadzącym pojazd a stanowiskiem dyspozytora wykonawcy; stanowisko dyspozytora wykonawcy oraz służby nadzoru wykonawcy muszą być wyposażone w bezpośrednią łączność ze stanowiskiem zamawiającego; zalecana funkcja łączności w trybie alarmowym

brak wymagań	liczba okien otwieranych (przesuwanych lub uchylnych) w przedziale pasażerskim – co najmniej 4 w pierwszym członie pojazdu i co najmniej 2 w drugim; do liczby tej nie wlicza się okien o szerokości mniejszej niż 900 mm lub wysokości części otwieranej okna mniejszej niż 200 mm; liczba uchylnych wywietrzników (klap) dachowych – co najmniej 3 (dopuszcza się 2, pod warunkiem, że liczba okien otwieranych w przedziale pasażerskim wynosi nie mniej niż 11); w autobusach z klimatyzacją przedziału pasażerskiego dopuszcza się zmniejszenie o jeden wywietrznik wymaganej ich liczby	minimum 50% okien bocznych na każdej stronie pojazdu musi posiadać górną część przesuwaną; pojazd musi posiadać uchylne wywietrzniki dachowe; pojazd musi być wyposażony w urządzenie klimatyzacyjne przestrzeni pasażerskiej (odrębny rozdział poświęcony systemom wentylacji)
--------------	---	---

Przedstawione zestawienie pokazuje jak bardzo określanie standardów świadczenia usług odbiega w przypadku KZK GOP od innych organizatorów transportu. W przypadku Gdyni i Warszawy z biegiem czasu umowy, a w raz z nimi standardy, są sukcesywnie modyfikowane na podstawie bieżących doświadczeń, w każdym kolejnym postępowaniu są wprowadzane zmiany wynikające zarówno z decyzji organizatora komunikacji, jak i wniosków czy postulatów przewoźników – w takim zakresie, jaki pozwala na uzyskanie wyższej jakości usług. Identyczne standardy dotyczą zarówno umów zawieranych z przewoźnikami komunalnymi, jak i z przedsiębiorstwami prywatnymi. Efektem tych działań jest sukcesywne podnoszenie jakości usług, a co za tym idzie poprawa funkcjonowania transportu zbiorowego [12]. Staje się on wówczas bardziej konkurencyjny wobec motoryzacji indywidualnej. KZK GOP w ciągu ostatnich lat wprowadzał jedynie drobne modyfikacje określonych standardów, niewpływające globalnie na poprawę jakości usług.

Bardzo niekorzystnym działaniem, z punktu widzenia jakości usług odbieranych przez pasażerów jest zaoferowanie pasażerom określonej możliwości, a później karanie ich za to, że nie mogą z niej skorzystać z powodu błędów organizatora. Taka sytuacja ma miejsce w związku ze sprzedażą biletów przez kierujących. Na liniach KZK GOP kierujący mają obowiązek sprzedawać bilety – regulują to umowy zawierane z przewoźnikami. Zgodnie z taryfą przewozową pasażer ma prawo dokonywać zakupów biletów u kierujących. Tymczasem w przypadku braku biletów w sprzedaży u kierującego pasażer narażony jest na sankcje z powodu jazdy bez biletu [13,14]. W niektórych miastach m.in. w Gdańsku i Krakowie pod naciskiem opinii publicznej wprowadzono zmiany i zniesiono niekorzystne dla pasażerów przepisy [15,16].

3. IDENTYFIKACJA WIZUALNA PRZEWOŹNIKA

Jednym z elementów strategii marketingowej jest wizualna komunikacja z otoczeniem. Aby przedsiębiorstwo i jego marka wyróżniały się na tle konkurencji i były pozytywnie kojarzone konieczne jest opracowanie i wdrożenie systemu identyfikacji wizualnej. W transporcie miejskim taki system kreuje obraz komunikacji miejskiej w umyśle pasażerów i ma za zadanie budować pozytywne skojarzenia [17]. System identyfikacji wizualnej to zbiór reguł, określających jak należy posługiwać się symbolami firmowymi. W transporcie miejskim, gdzie występuje wiele różnych podmiotów (organizatorzy, przewoźnicy, inne przedsiębiorstwa) istotne jest, aby system wdrażany był przez organizatora transportu, a nie przez każdego z przewoźników we własnym zakresie. W skład systemu wchodzi symbol firmy (znak graficzny, logotyp), kolory, dekoracje, typografie, druki (np. papier firmowy), identyfikatory pracowników, stemple, a także różnego rodzaju materiały reklamowe, tablice informacyjne, szyldy, opakowania czy też aranżacja obiektów firmy. W transporcie miejskim bardzo istotnymi elementami systemu identyfikacji wizualnej jest kolorystyka taboru, którym świadczone są usługi przewozowe, umundurowanie personelu (w tym kierujących) oraz informacja pasażerska (przystanki, strony internetowe, a nawet szata graficzna biletów). System buduje pierwsze skojarzenia klientów z komunikacją miejską.

W Europie Zachodniej wdrożenie spójnych systemów identyfikacji wizualnej jest standardem. W Polsce nie jest to jeszcze popularne, choć kilka miast skutecznie wdrożyło takie systemy. Są wśród nich Kraków, Poznań i Elbląg, obecnie wdraża go Lublin, a liderem jest zdecydowanie Gdynia. Poza transportem miejskim systemy identyfikacji wizualnej wdrożone zostały m.in. przez koncern Veolia Transport, Polski Express czy Koleje Mazowieckie.

W konurbacji górnośląskiej trudno mówić o jakiegokolwiek identyfikacji wizualnej. KZK GOP i MZK Tychy jako organizacje mają określone logo i kolorystykę materiałów firmowych, jednak nie wychodzi ona poza ten zakres. Niektórzy przewoźnicy stosują elementy identyfikacji wizualnej, jednak najczęściej obejmują one tylko przypadkowo dobraną kolorystykę pojazdów, zmienianą co pewien czas. Najbardziej zaawansowane w budowie identyfikacji wizualnej są firmy PKM Jaworzno i Meteor Jaworzno. Firma Meteor od początku swojego istnienia (1997 rok) wdrożyła jednolite malowanie pojazdów, umundurowanie kierowców i inne elementy. Kolorystyka taboru nawiązywała do firmowego hasła „Komfort i bezpieczeństwo w komunikacji miejskiej”, kolor żółty symbolizował bezpieczeństwo, a kolor bordowy (wiśniowy) – komfort [18]. Przykładowy autobus w barwach firmowych przedstawiono na rys. 1. Niestety po zmianach właścicielskich spółki Meteor zarzucono dalszą budowę marki tej firmy.

Ponieważ komunikacja miejska, z punktu widzenia pasażera, stanowi ofertę kierowaną do niego przez organizatora komunikacji (KZK GOP, czy MZK Tychy), a nie poszczególnych przewoźników, stąd istotne jest, aby budować markę tego organizatora komunikacji. Oprócz informacji pasażerskiej, logotypów, kolorystyki materiałów reklamowych, itp. najlepiej uczynić to przez jednolitą w skali sieci komunikacyjnej kolorystykę pojazdów. W miastach, gdzie przewozy realizuje większa liczba przewoźników takie działania są wdrożone lub są w trakcie wdrażania. Oprócz Gdyni i Warszawy przykładami są tu Radom, Lublin, Gdańsk czy Szczecin (w ramach miasta), a z województwa śląskiego – Rybnik.

W obecnej chwili dla KZK GOP usługi przewozowe wykonuje ok. 30 przewoźników z czego każdy z nich posiada tabor w co najmniej kilku wersjach kolorystycznych, nawet jeśli stosuje wewnątrz jakąś formę malowania firmowego. Autobusy są we wszystkich kolorach tęczy (oprócz barw uznanych za firmowe u danych przewoźników funkcjonuje cała gama

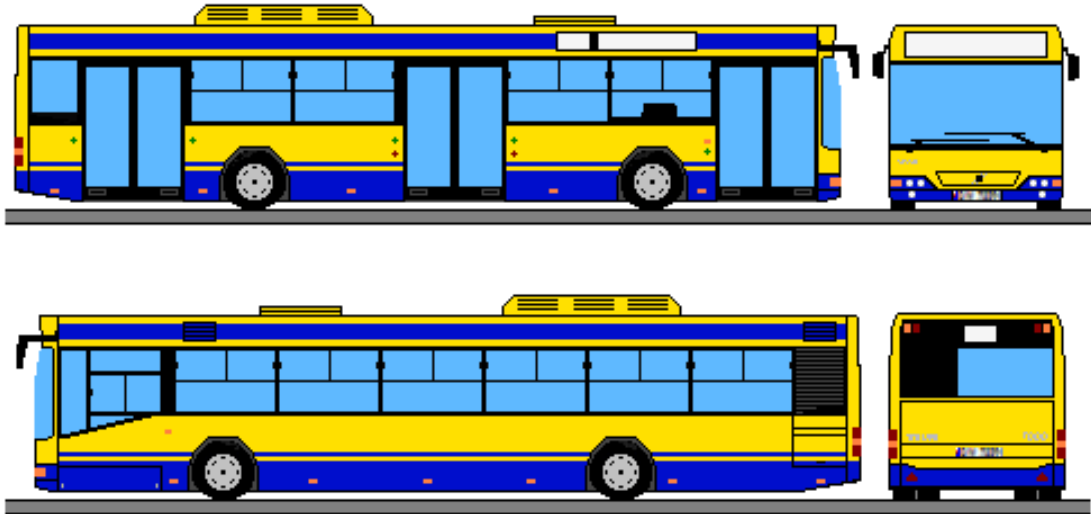
kolorystyki poprzednich właścicieli pojazdów), tramwaje pozostały przy tradycyjnych barwach kremowo-czerwonych, odziedziczonych po WPK Katowice (choć też z wyjątkiem, gdyż wagony 116Nd zakupione w latach 2000-2001 pomalowane są na szaro). Podobna sytuacja występuje w MZK Tychy, pomimo dużo mniejszej liczby przewoźników.



Rys. 1. Autobus Solaris Urbino 15 nr tab. 857 w barwach firmy Meteor Jaworzno (żółto-bordowy)

Fig. 1. City bus Solaris Urbino 15 number-plate 857 in the colours of Meteor Jaworzno company (yellow-crimson-dark red)

Wydaje się konieczne wdrożenie jednolitego systemu identyfikacji wizualnej, obejmującego przede wszystkim kolorystykę taboru. Barwy taboru komunikacji miejskiej są bowiem jednym z najważniejszych elementów identyfikujących miasto (konurbację), z tego względu, że są widoczne na ulicach i współtworzą wizerunek miasta (konurbacji). W przypadku sieci KZK GOP nie jest łatwe ustalenie jednej kolorystyki dla całego obszaru, gdyż nie można tu przenieść wprost barw miejskich z uwagi na dużą liczbę tych miast. Rozważać można barwy kremowo-czerwone, ze względu na ich tradycyjny charakter (były stosowane od lat 50.), barwy piaskowe z niebieskimi elementami, które historycznie stosowane były na części taboru tramwajowego przed wojną, aż w końcu zaproponować można barwy żółto-niebieskie, które wiążą się z barwami Górnego Śląska i województwa śląskiego (rys. 2). Każde z tych rozwiązań ma pewne wady, budową systemu identyfikacji wizualnej powinna zająć się wyspecjalizowana jednostka.



Rys. 2. Propozycja kolorystyki taboru w sieci KZK GOP (żółto-niebieski)

Fig. 2. Suggestion for colour choice for units of transport of KZK GOP network (yellow-blue)

Bibliografia

1. Starowicz W.: Jakość usług w publicznym transporcie pasażerskim. Charakterystyka nowej polskiej normy (część 1), *Transport Miejski i Regionalny* nr 10 z 2004.
2. Wyszomirski O. (red.): *Transport Miejski. Ekonomika i organizacja*. Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2008.
3. Ernst&Young: *Diagnoza stanu systemu transportowego oraz plan rozwoju transportu publicznego w obszarze działania KZK GOP*. Synteza opracowania, Katowice-Warszawa, sierpień 2007.
4. Rudnicki A.: Jakość komunikacji miejskiej, *Zeszyty Naukowo-Techniczne*, nr 71, Stowarzyszenie Inżynierów i Techników Komunikacji, Kraków 1999.
5. Garczarczyk J. (red.): *Model jakości usług finansowych w Polsce*, Katedra Badań Marketingowych Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2004.
6. Hebel K.: *Nowa jakość transportu miejskiego*, *Biuletyn Komunikacji Miejskiej*.
7. *Specyfikacja Istotnych Warunków Zamówienia w postępowaniu na obsługę 59 linii autobusowych (znak sprawy ZP/PO/1/PZ/1/10)*.
8. Makula M.: *Autobusy-sauny atakują*, *Wojewódzki Portal Komunikacyjny*, 16 lipca 2007.
9. Jackiewicz J.: *Regulacje dotyczące kierujących*, *Wojewódzki Portal Komunikacyjny*, 21 stycznia 2010.
10. *Specyfikacja Istotnych Warunków Zamówienia w postępowaniu na obsługę linii 146 i M ZKM Gdynia (znak sprawy ZKM/ZP/N/5/10)*.
11. *Specyfikacja Istotnych Warunków Zamówienia w postępowaniu na obsługę linii autobusowych ZTM Warszawa (znak sprawy ZTM 8/2010)*.
12. Przybylski M.: *ZKM Gdynia – pasja i dobre zarządzanie*, *Zajezdnia*, nr 7(10), lipiec-sierpień 2005.

13. „Taryfy przewozu osób i bagażu w komunikacji miejskiej KZK GOP”, Uchwała nr XCIX Zgromadzenia KZK GOP z dnia 8 grudnia 2009.
14. Uchwała nr C/4/2010 Zgromadzenia KZK GOP z dnia 2 marca 2010.
15. Jamroż M.: Bez biletu, ale nie na gapę. W Gdańsku to możliwe, Gazeta Wyborcza, 15 grudnia 2009.
16. Zacharska K.: Kasowanie pasażera po kieszeni, Metro, 5 stycznia 2010.
17. Sieczkowski M.: Jak Cię widzą, tak Cię piszą, Komunikacja publiczna nr 2/2009.
18. Jackiewicz J.: 10 lat spółki Meteor (część 1), Wojewódzki Portal Komunikacyjny, 29 października 2007.

Recenzent: Dr hab. Leszek Ogiegło, prof. nzw. Uniwersytetu Śląskiego