



Качество услуг ТПУ: интерес и спрос



Надежда ЕВРЕЕНОВА

Nadezhda Yu. EVREENOVA

Quality of Transport Interchange Hubs: Interest and Demand

(текст статьи на англ.яз. –
English text of the article – p. 112)

В статье изложена поэтапная последовательность формирования системы показателей и оценки качества обслуживания пассажиров и посетителей транспортно-пересадочного узла (ТПУ).

Коэффициент значимости отдельного показателя качества предлагается определять путем опроса, использования экспертных оценок или статистическими методами, а значения сформированных показателей – через дифференциальную оценку, характеризующую уровень фактического значения частного показателя качества по сравнению со стандартным (нормативным) значением. Разработка и реализация мер по повышению качества обслуживания в ТПУ связана со значительными расходами, поэтому необходимы предварительные маркетинговые исследования спроса и конъюнктуры рынка транспортных услуг, тщательные экономические расчеты эффективности.

Ключевые слова: транспорт, транспортно-пересадочные узлы, взаимодействие видов транспорта, конкуренция, спрос, качество обслуживания, экономика, управление, комплексный показатель качества.

Евреенова Надежда Юрьевна – старший преподаватель кафедры «Транспортный бизнес» Московского государственного университета путей сообщения (МИИТ), Москва, Россия.

Эффективность функционирования транспортно-пересадочных узлов (ТПУ) тесно связана с качеством обслуживания его пассажиров и посетителей. Дополнительные услуги, оказываемые им, выступают важнейшим инструментом маркетинга, формируют образ взаимодействующих видов транспорта, их имидж на рынке перевозок.

Как и всякая продукция, услуги (транспортные, сервисные и т. д.), предоставляемые потребителям, имеют качественную составляющую. Запросы пассажиров удовлетворяются не только перевозкой, но и набором дополнительных услуг в ТПУ, повышающих качество всей поездки, делающих её менее обременительной и более привлекательной.

Качество обслуживания пользователей ТПУ – это совокупность экономических, технологических, технических, эстетических, экологических показателей, обеспечивающих их потребности в транспортном (перемещении) и сервисном (дополнительные услуги) секторах пассажирского комплекса [см. 1–6]. Наряду с ценой и надежностью перевозки в условиях рынка качество услуг все больше становится определяющим фактором в борьбе за пассажира,

Таблица 1

Критерии оценки и показатели качества обслуживания пассажиров и посетителей ТПУ

№	Критерии	Показатели
1	Парковка	Наличие бесплатной парковки для посадки/высадки пассажиров и посетителей Время попадания в ТПУ из зон парковки Достаточность мест парковок
2	Ориентация пассажиров и посетителей в ТПУ	Простота ориентации пассажиров и посетителей в ТПУ
3	Информационные табло с расписанием движения взаимодействующих видов транспорта	Оперативность и полнота обновления расписания движения видов транспорта, взаимодействующих в ТПУ
4	Пешеходные коммуникации, быстрота и удобство перемещения	Планировка помещений ТПУ, связанных с перемещением посетителей и пассажиров
5	Помощь пассажирам и посетителям ТПУ, благожелательность персонала	Внешний вид персонала и культура общения
6	Предприятия общественного питания и розничная торговля	Достаточность предприятий общественного питания и розничной торговли, их доступность для пассажиров и посетителей
7	Беспроводная связь и подключение к интернет-сетям	Доступ к беспроводной связи и сети Интернет во всех зонах ТПУ
8	Зоны ожидания	Наличие достаточного числа сидячих мест в зонах ожидания
9	Безопасность ТПУ	Обеспечение безопасности пассажиров и посетителей ТПУ
10	Комфортные условия пребывания	Удовлетворенность пассажиров и посетителей условиями пребывания в ТПУ; среднее время нахождения в очередях
11	Залы повышенной комфортности	Предоставление пассажиру возможности доступа в залы повышенной комфортности
12	Сервисное обслуживание маломобильных групп населения	Наличие условий для организации доступа к объектам ТПУ маломобильных групп населения

а следовательно, и за доходы транспортных компаний.

Систему показателей оценки качества делят на три группы:

- *простые* — характеризующиеся каким-то одним существенным натуральным свойством (скорость перемещения пассажиров в ТПУ; время на пересадку и т. д.);

- *сложные* — имеющие в основе несколько простых и обобщающих показателей (например, система, учитывающая уровень освещения в залах ТПУ, температуру, влажность воздуха и т. д.);

- *интегральные* — включающие в себя и показатели затрат на производство услуги соответствующего качества, и совокупность эксплуатационно-технических, натуральных и стоимостных показателей.

В связи с ростом конкуренции на рынке пассажирских перевозок и повышением требований пассажиров качество услуг как совокупность системных свойств, способствующих их сбыту, приобретает не только комплексный характер, но и рассматривается в виде оптимизационного ресурса на стадии планировочных решений при проектировании объектов пересадочного узла [7]. В процессе оценки качества обслуживания пассажиров и посетителей ТПУ предусматриваются следующие этапы:

- отбор критериев и формирование показателей качества;

- выявление значимости сформированных показателей;

- определение значения факторов влияния и показателей качества;

- вычисление комплексного показателя качества.

При отборе критериев и формировании показателей, влияющих на качество обслуживания в ТПУ, необходимо учитывать:

- *технические показатели качества*, или то, что пассажиру предоставляется (прием заказов по телефону с доставкой билетов по адресу или последующим оформлением самим клиентом в кассе, отдых в зале ожидания повышенной комфортности, наличие удобных и безопасных маршрутов следования в пределах ТПУ, услуги такси, паркинга и т. п.);

- *функциональные показатели качества* — каким образом предоставляется услуга (индивидуальный подход к пассажиру, внимание, вежливость, минимальное время оформления заказа, исчерпывающие ответы на вопросы и т. п.).

При изучении потребностей пассажиров и посетителей ТПУ могут применяться анкетирование, интервьюирование, наблюдение, анализ, но во всех случаях оценка осуществляется путем сопоставления фактических и нормативных показателей качества. В таблице 1 приведены критерии



Рис. 1. Распределение факторов, влияющих на качество обслуживания пассажиров и посетителей ТПУ, для первой группы (по степени их влияния).

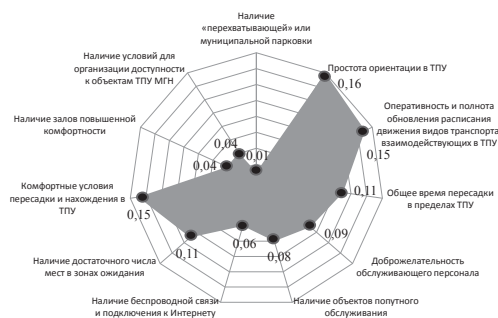


Рис. 2. Распределение факторов, влияющих на качество обслуживания пассажиров и посетителей ТПУ, для второй группы.



и показатели качества обслуживания пассажиров и посетителей ТПУ.

Что касается выявления значимости показателей качества, то здесь тоже нельзя избежать относительности оценок, условности цифровых характеристик, а порой и преобладания личностных суждений, хотя и использование математического аппарата при этом вполне правомерно. В частности, коэффициент значимости (α_i), учитывающий вес (степень важности) сформированных показателей качества обслуживания пассажиров и посетителей ТПУ, можно определить с помощью опроса, экспертных оценок или статистическими методами. Для различных сегментов рынка транспортных услуг, разных категорий пользователей пересадочного узла удельный вес α_i неодинаков.

С точки зрения экономической и управленческой эффективности необходимо реально представлять значение отдельных факторов, влияющих на качество. Для этого особо ценны опыт и знания специалистов, которые учитываются, когда система управления предусматривает метод экспертных оценок [8, 9].

На основе сформированных в таблице 1 показателей и параметров оценки качества нами была составлена анкета, в которой выделено 11 факторов. Опрошены 30 специалистов по транспорту. По результа-

там экспертных оценок выявлены коэффициенты относительной важности для двух групп факторов: одна — трудовые поездки; другая — культурно-бытовые поездки. Распределение факторов по степени их влияния на качество обслуживания пассажиров и посетителей ТПУ представлено на рис. 1 и 2.

По результатам экспертных оценок наиболее значимым фактором для рабочих поездок является «Общее время пересадки в пределах ТПУ», а для культурно-развлекательных — «Простота ориентации в ТПУ».

Значения сформированных показателей качества (q_i) определим через дифференциальную оценку, характеризующую фактический уровень частного показателя качества по сравнению со стандартным (нормативным) значением [10]:

$$K_i = \frac{y_{if}}{y_{ic}}, \quad (1)$$

где y_{if} — фактический уровень i -го свойства (показателя качества);

y_{ic} — нормативный уровень i -го свойства (показателя качества).

Показатель q_i можно также найти путем опроса пассажиров и посетителей ТПУ с использованием балльной оценки. Заполняя анкету, опрашиваемый определяет качество обслуживания (шкала баллов 5,

10, 100 и т. д.) и его удельный вес показателя: $0 \leq \alpha_i \leq 1$.

Следующим шагом в такой оценочной логике становится комплексный показатель качества. Он представляет собой совокупность показателей качества, которым придаются сопоставимый вид и возможность свести их воедино. Сложность процесса при этом заключается в способах сведения различных показателей в единый показатель.

При определении комплексного показателя качества возможна ситуация, когда отдельные низкие показатели «перекрываются» более высокими. Чтобы этого избежать, для каждого i -го показателя следует установить допустимые интервалы и комплексную оценку проводить только в том случае, если показатель качества попадает в такой интервал.

Для определения комплексного показателя качества профессором В. Г. Галабурдой предложена следующая формула [10]:

$$K_o = \sum_{i=1}^n K_i \cdot \alpha_i \text{ при } \sum \alpha_i = 1, \quad (2)$$

где K_i — показатель качества обслуживания пассажиров и посетителей ТПУ;

α_i — доля каждого показателя с учетом взаимного влияния в общей оценке качества;

n — число учитываемых показателей качества ($i = 1, 2, \dots, n$).

При сравнительно небольшом количестве частных показателей качества (обычно до 15) комплексный показатель можно представить как их средневзвешенную сумму:

$$K_o = \frac{\sum K_i \cdot \alpha_i}{\sum \alpha_i}. \quad (3)$$

При большом количестве частных показателей качества обслуживания пассажиров и посетителей ТПУ (более 15) комплексный показатель может выступать как их среднее геометрическое значение

$$K_o = \sqrt[n]{\prod_{i=1}^n K_i} \quad (4)$$

или как модуль вектора, построенного в системе координат частных показателей

$$K_o = \sqrt{\sum_{i=1}^n (k_i)^2}. \quad (5)$$

Комплексный показатель качества обслуживания пассажиров и посетителей ТПУ находится в пределах от 0 до 1 или от 0 до 100%.

ВЫВОДЫ

1. Показательные способы оценки системы обслуживания пользователей транспортно-пересадочного узла позволяют разрабатывать стратегию менеджмента качества для повышения конкурентоспособности общественного пассажирского транспорта над индивидуальным.

2. Реализация стратегии по повышению качества обслуживания пассажиров и посетителей ТПУ связана, как правило, со значительными расходами, поэтому необходимы предварительные маркетинговые исследования спроса и конъюнктуры рынка транспортных услуг, тщательные экономические расчеты эффективности предполагаемых действий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Лапидус Б. М. Концепция корпоративной системы управления качеством в ОАО «РЖД» // Экономика железных дорог. — 2006. — № 3. — С. 10.
2. Лапидус Б. М. От менеджмента качества к качеству // Экономика железных дорог. — 2006. — № 10. — С. 11–14.
3. Трихунков М. Ф. Транспортное производство в условиях рынка: качество и эффективность. — М.: Транспорт, 1993. — 255 с.
4. Вакуленко С. П., Копылова Е. В., Куликова Е. Б. Стандартизация менеджмента качества услуг // Мир транспорта. — 2012. — № 2. — С. 120–123.
5. Тлегунов Б. Н. Анализ методов оценки и показателей качества системы городского пассажирского транспорта // Современные проблемы науки и образования. — 2012. — № 3. — С. 100.
6. Лим Л. К., Хомоненко А. Д. Поддержка управления качеством обслуживания клиентов ОАО «РЖД» на основе нечеткого вывода // Известия ПГУПС. — 2013. — № 3. — С. 43–48.
7. Евреенова Н. Ю. Моделирование функционирования транспортно-пересадочного узла // Мир транспорта. — 2014. — № 5. — С. 170–176.
8. Моченов А. Д., Ячменов А. А. Использование метода экспертных оценок при определении важности частных показателей качества информационной системы // Вестник Ростовского государственного университета путей сообщения. — 2001. — № 1. — С. 41–45.
9. Гуцыкова С. В. Методы экспертных оценок. Теория и практика. — М.: Когито-центр. — 144 с.
10. Галабурда В. Г. Транспортный маркетинг. — М.: Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте, 2011. — 452 с.

Координаты автора: Евреенова Н. Ю. — nevreanova@mail.ru.

Статья поступила в редакцию 10.03.2014, актуализирована 14.12.2014, принята к публикации 23.12.2014.

