



УДК 338.47

© Е. Ю. Семчугова, 2013

УРОВЕНЬ ЛОГИСТИЧЕСКОГО СЕРВИСА ПЕРЕВОЗОК ПАССАЖИРОВ ЛЕГКОВЫМИ АВТОМОБИЛЯМИ-ТАКСИ

Семчугова Е. Ю. – канд. экон. наук, доцент кафедры «Организации перевозок и дорожного движения», e-mail: semelena67@mail.ru (ПГСУ)

Выявлены проблемы, преимущества и недостатки транспортного обслуживания населения легковыми автомобилями-такси. Разработана методика оценки уровня логистического сервиса пассажиров такси, предложен перечень показателей и определены коэффициенты их весомости.

In the article the problems, advantages and disadvantages of carriage of passengers in saloon taxi cars are revealed. The methodology of estimation of level of logistic service of taxi passengers is developed, the list of indexes is proposed, and the ratio of their ponderability is defined.

Ключевые слова: легковые автомобили-такси, логистический сервис, логистика общественного транспорта, качество транспортных услуг.

В системе городского пассажирского транспорта крупных городов достаточную важную роль играет обслуживание горожан и гостей легковыми автомобилями-такси. Городской транспорт, движущийся по установленным маршрутам, удовлетворяет не все потребности населения, поэтому для эффективной городской экономики необходимо развитие перевозок автомобилями-такси и повышение качества логистического пассажирского сервиса.

Пользуясь своими преимуществами (повышенная скорость и комфортность, доставка «от двери до двери», перевозка в ночное время суток, индивидуальный подход к обслуживанию, удобство перевозки багажа, организация экскурсионных индивидуальных поездок; временная замена личного легкового автомобиля, получение дополнительных услуг и др.), и занимая определенный сегмент на транспортном рынке, этот вид обслуживания пассажиров требует не только выявления спроса на эти услуги и определения необходимого количества единиц подвижного состава, но и проведения работ по определению удовлетворенности потребителей качеством предоставляемых услуг.

Для разработки мероприятий по улучшению качества транспортных услуг и повышению уровня конкурентоспособности транспортных компаний,

предоставляющих услуги по перевозке населения легковыми автомобилями-такси, необходимо применять методы оценки качества перевозок легковыми автомобилями-такси с точки зрения пассажиров.

Российские ученые-экономисты выделяют следующие основные периоды развития управления качеством:

- система технической разбраковки продукции, основным показателем оценки которой был процент потерь от брака;
- система бездефектного изготовления продукции с основным показателем оценки в виде процента сдачи продукции с первого предъявления;
- система КАНАРСПИ (качество, надежность, ресурс с первых изделий), с основным показателем оценки – комплексным показателем качества труда;
- комплексные системы управления качеством (КС УК), с основным показателем оценки – подотраслевым коэффициентом качества и созданием комплексных автоматизированных систем управления (АСУ) качеством с основным показателем оценки в виде отраслевого коэффициента качества;
- системы качества по МС ИСО 9000 и АСУ качества с основным показателем оценки в виде удовлетворения потребностей потребителей;
- внедрение стандартов ИСО 14000 с ориентацией на экологическую безопасность и усиления влияния общества на организации и учет организациями интересов общества, широкое развитие премий по качеству.

В связи с реализацией политики обеспечения социальных приоритетов и возрастающей роли сферы услуг возрастают требования к организации управления в этой сфере. Сфера услуг имеет отличительные особенности:

Во-первых, тесная связь со свободным временем человека, т.е. временем, когда он воспроизводит свои силы, отдыхает, развивается как личность, поэтому понятно, насколько важно повышать такую составляющую качества обслуживания потребителей, как время предоставления услуги, так как при длительном ожидании затрачивается свободное время с отрицательным результатом, т.е. снижается эффективность работы сферы услуг.

Во-вторых, услуга не существует вне ее производства и не накапливается. Поэтому важна оптимальная организация процесса производства с оптимизацией качества элементов услуги и внедрением современных технологий при перераспределении пассажиропотоков между видами городского общественного транспорта и транспортными средствами различных транспортных фирм, из-за нехватки транспортных средств вследствие неравномерности спроса на услуги транспорта в зависимости от времени суток и по направлениям. Так, например, для достижения высокого уровня качества обслуживания населения, снижения времени ожидания выполнения заказа и повышения надежности прибытия автомобиля «точно в указанное потребителем время», необходимо своевременное перераспределение заказов такси между конкурирующими транспортными компаниями. В выполнении этой задачи диспетчера отдельных, конкурирующих на рынке транспортных услуг транспортных компаний не заинтересованы, следовательно, целесообразно данную функцию поручить диспетчерам логистического центра городского пассажирского транспорта, особенно для выполнения срочных доставок



(поездки на вокзалы, аэропорты и др.). Необходимо также повышать качество инфраструктуры таксомоторных перевозок.

В-третьих, услуга представляет собой потребительную стоимость на определенном направлении в определенное время, что ограничивает возможность ее замены и возрастают требования к организации управления процессом предоставления услуг, своевременной оценки качества и реализации мероприятий по повышению качества транспортных услуг.

В-четвертых, реализация услуги – это, реализация процесса труда, поэтому, ее качество – это качество труда. Следовательно, необходимо оценивать и внедрять мероприятия по повышению качества труда персонала транспортных организаций (менеджеров, логистов, диспетчеров, водителей) и совершенствовать качество взаимосвязи персонала с потребителями.

Критерием совершенствования управления в сфере услуг является уровень удовлетворения многообразных потребностей людей в нужных им услугах. Наиболее эффективная деятельность, согласующая с этим критерием, достигается, когда учитываются особенности управления в данной сфере:

- тесное переплетение функции создания и реализации услуг, образующее единый производственный процесс;
- изначальным и обязательным условием производства является непосредственный контакт с заказчиком с целью изучения спроса на услуги, сбора заказов, учета пожеланий заказчика.

Характер процесса обслуживания населения предопределяет особые методы управления в сфере услуг – способы целенаправленного воздействия на службу сервиса и потребителя с целью возможно более полного и эффективного удовлетворения запросов людей.

Одним из основных направлений в решении проблемы повышения качества удовлетворения потребностей населения в поездках и эффективности использования общественного пассажирского транспорта является совершенствование системы управления качеством транспортных услуг.

Для эффективной городской экономики необходимо развитие различных видов транспортного обслуживания населения, в том числе перевозок легковыми автомобилями-такси, позволяющими, кроме непосредственно перевозки «от двери-до двери» с исключением и/или сокращением продолжительности некоторых элементов (пешее движение, пересадка, ожидание транспортных средств и движение в автомобиле) из логистической цепочки перемещения населения, предоставлять населению возможность получения различных дополнительных услуг, а именно [4]: услуги иноязычного диспетчера, гида или водителя; услуги по сопровождению детей водителями такси по заранее согласованному графику и постоянному информированию родителей о перемещении ребенка; курьерской доставки почты, документов, товаров, подарков, цветов, продуктов питания с возможностью заказа водителю их покупки; услуги «трезвый водитель» – перемещения клиента домой и постановка его автомобиля на стоянку; поездки с животными; осуществления встречи/проводов в аэропорту/вокзале гостей клиента; эвакуации автотранспорта;

аренды автомобиля; обслуживания торжеств; услуги такси корпоративным клиентам с индивидуальным обслуживанием предприятий и организаций; возможность безналичной оплаты и др.

Наметившийся в настоящее время рост уровня доходов населения и повышение его деловой активности способствуют увеличению спроса на перевозки легковыми автомобилями-такси. Так, по результатам опроса предпринимателей, работающих на рынке городских пассажирских перевозок и самих пассажиров, проведенного в 2005 г. Управлением ФАС России по контролю и надзору на транспорте и в области связи [5] легковое такси в качестве основного вида транспорта могли позволить себе лишь 2% от общего числа опрошенных респондентов, и 78% респондентов услугами легкового такси пользовались менее одного раза в месяц.

Проведенный нами в 2010 г. подобный опрос 1500 жителей города Ростове-на-Дону показал, что 4% респондентов пользуются такси ежедневно, 19% – несколько раз в неделю, 39% – несколько раз в месяц, 34% вызывает такси реже раза в месяц и только 4% совсем не пользуются услугами легковых автомобилей-такси.

Большинство (62%) опрошенных заказывают такси по телефону, 19% – «ловят» на улично-дорожной сети, 16% – «берут» такси на стоянках и 3% заказывают такси посредством *online* Интернет сайтов транспортных компаний. При оформлении заказов 10% респондентов часто получали от диспетчеров или водителей отказ в осуществлении поездки, 35% – также получали отказ, но редко и 56% никогда не отказывали в заказе. Время ожидания транспортного средства после оформления заказа для большинства пассажиров (59%) составило от 5 до 20 минут, до 5 минут ждали такси 12% опрошенных, время ожидания для 24% пассажиров составило от 20 до 40 минут и 5% высказали недовольство продолжительным ожиданием (более 40 минут).

Выявленная структура времени заказа легковых автомобилей-такси показала, что чаще всего (42%) заказывают такси вечером (с 18:00 до 24:00), 35% осуществляют на такси ночные поездки (с 24:00 до 06:00), утром и днем пользуются услугами такси по 11,5% пассажиров.

На вопрос «Достаточно ли с вашей точки зрения число стоянок автомобилей-такси в городе?» 37% опрошенных ответило, что достаточно, 22% – недостаточно и 41% затруднились с ответом, что показывает недостаточную развитость сети стоянок и недостаточный уровень технического оборудования и информационного обеспечения существующих стоянок такси.

В настоящее время все большее значение приобретают вопросы повышения уровня транспортного обслуживания, которые тесно связаны с проблемой сервиса и качества предоставляемых услуг. Различные группы пассажиров должны обслуживаться в соответствии с их конкретными потребностями. Пассажиры сами делают выбор соответствующих услуг, их количества и характера реализации. Они определяют свои приоритеты, которые во многом зависят от качества предоставляемых услуг.



Поставщик и потребитель услуг могут иметь различные представления о качестве реализуемого процесса. Это явление определяет суть методологической особенности менеджмента качества услуг [7], которое проявляется в необходимости использовать два разных понятия качества – «качество у исполнителя» и «качество у потребителя». Качество с точки зрения исполнителя выражается в соответствии обслуживания требованиям, принятым всеми заинтересованными сторонами поставщика услуг: обществом в лице государственных, общественных организаций, контролирующими деятельность предприятия; владельцем (акционером) предприятия; руководством предприятия; исполнительный персонал. Качество с точки зрения потребителя – свойство продукции вызывать у потребителя удовлетворенность полученным обслуживанием, т. е. вызывать у него восприятие полученного обслуживания как соответствующего его требованиям (ожиданиям).

Восприятие потребителем качества обслуживания – величина переменная, динамично меняющая свое содержание по ходу восприятия качества отдельных элементов процесса обслуживания. Восприятие качества ранее исполненных элементов может влиять на восприятие качества последующих, следовательно, для потребителя функция качества услуги [7] – описание зависимости его восприятия и оценки качества в целом от восприятия и оценки качества структурных элементов процесса обслуживания.

При производстве транспортных услуг необходимо стремиться к максимальному соответствию условий транспортного обслуживания и желаний потребителей и потенциальных клиентов [3]. Для формирования оптимальной системы сервисного обслуживания пассажиров на общественном транспорте необходимо: измерять и оценивать параметры качества пассажирского сервиса; свести к минимуму, а лучше ликвидировать, несоответствие между ожидаемым и фактическим уровнем качества.

Субъектом оценки качества перевозок в системе городского пассажирского транспорта являются пассажиры. Пассажир ожидает, что перевозчик сократит время перемещения и ожидания, снизит плату за перевозку, повысит комфортность поездки, расширит номенклатуру дополнительных услуг, предоставит своевременную, доступную информацию и пр., т. е. повысит качество предоставляемых услуг. Пассажира привлекают стопроцентная гарантия совершения поездки, удобство поездки, возможность получения достоверной информации об условиях поездки и стоимости проезда.

Поэтому одной из задач исследования является необходимость разработки метода определения уровня качества перевозки, оценивающего эффект качественных изменений в системе ГПТ с точки зрения пассажиров. Максимальный учет факторов пассажирского сервиса позволит формировать рациональную систему управления общественным транспортом [2, 6, 8].

Предлагаемый метод, позволяет оценить качество обслуживания пассажиров легковыми автомобилями-такси с точки зрения потребителей.

Комплексный показатель уровня качества услуг по перевозке пассажиров легковыми автомобилями-такси K_T предлагается определять по формуле

$$K_T = \prod_{i=1}^n K_i^{\alpha_i}, \quad (1)$$

где K_i – оценка качества по i -му критерию, α_i – значимость i -го критерия оценки качества, n – количество критериев оценки качества.

Оценка качества по i -му критерию, в свою очередь, определяется по формуле

$$K_i = \sum_{j=1}^m k_{ij} \beta_{ij}, \quad (2)$$

где k_{ij} – оценка j -го показателя качества i -го критерия, β_{ij} – значимость j -го показателя качества i -го критерия, m – количество показателей оценки качества по каждому i -му критерию.

Нами была проведена оценка качества транспортного обслуживания в Ростове-на-Дону, выявлены показатели оценки качества с точки зрения пассажиров, на основе опроса 1500 жителей, расчетным путем определены значения весомости критериев оценки качества α_i и значимости выявленных показателей качества β_{ij} .

В результате расчетов были получены зависимости

$$K_T = K_1^{0,23} K_2^{0,21} K_3^{0,2} K_4^{0,19} K_5^{0,17}, \quad (3)$$

где K_1 – безопасность; K_2 – надежность; K_3 – взаимодействие с персоналом; K_4 – информативность, K_5 – комфортность перевозок.

Комплексные показатели качества пассажирского логистического сервиса определялись на основе ожиданий и предпочтений потребителей транспортных услуг, расчет значений производился по формулам 4-8.

$$K_1 = 0,5k_{11} + 0,5k_{12}, \quad (4)$$

где k_{11} – безопасность пассажира; k_{12} – профессионализм вождения.

$$K_2 = 0,56k_{21} + 0,44k_{22}, \quad (5)$$

где k_{21} – своевременность прибытия автомобиля после заказа; k_{22} – доступность оборудованных стоянок такси.

$$K_3 = 0,36k_{31} + 0,33k_{32} + 0,31k_{33}, \quad (6)$$

где k_{31} – ориентация водителя в городе, k_{32} – культура поведения водителя, k_{33} – культура общения диспетчера по вызову такси.

$$K_4 = 0,55k_{41} + 0,45k_{42}, \quad (7)$$

где k_{41} – возможность заранее узнать цену поездки, k_{42} – доступность информации о транспортных фирмах и услугах.

$$K_5 = 0,41k_{51} + 0,3k_{52} + 0,29k_{53}, \quad (8)$$

где k_{51} – чистота салона, k_{52} – наличие аудио-, видеосистем в салоне, k_{53} – наличие дополнительных услуг в транспортной фирме, обслуживающей пассажиров.



Последствия неудовлетворенности потребителей проявляются намного быстрее удовлетворенности. Потребитель становится постоянным только в двух случаях. Первый – это когда ему не из чего выбирать, и он вынужден покупать в одном и том же месте. Второй – когда есть из чего выбирать, потребитель регулярно сравнивает услуги доступных ему фирм, но, тем не менее, каждый раз останавливает свой выбор на одной и той же. Результаты многих исследований по проблемам аудита, (проведенные, в том числе, *Forum Corporation* и журналом *Fortune*), говорят о следующем [1, 9, 7]:

- вероятность долгосрочного успеха компаний, имеющих постоянных потребителей, на порядок выше, чем у тех, которые ориентируются только на приток новых клиентов;

- компании ежегодно теряют в среднем 10-30 % своих потребителей из-за их неудовлетворенности;

- претензии потребителей, являются показателем их низкой удовлетворенности, однако отсутствие жалоб от потребителей не обязательно означает их высокую удовлетворенность;

- удовлетворенные потребители рассказывают о своем положительном впечатлении минимум пяти знакомым, а в среднем – восьми, неудовлетворенные же сообщают о своих впечатлениях разным людям в среднем 16 раз;

- на привлечение нового потребителя требуется в пять раз больше затрат, чем для удержания уже существующего (удовлетворенного);

- люди формируют установки/отношение быстро, а меняют их медленно;

- люди в пять раз более склонны сменить поставщика из-за плохого сервиса, чем из-за неподходящей цены, также они готовы платить в среднем на 30% больше за необыкновенно высокий уровень сервиса;

- 98% неудовлетворенных потребителей никогда не высказывают своих претензий компании, они просто уходят.

Анализ результатов проведенного опроса пассажиров такси г. Ростова-на-Дону выявил основные неудовлетворенности потребителей такси:

- ограниченные технические возможности диспетчерской службы;

- низкое качество сервиса (отсутствие профессиональной этики у водителя, курение водителя в салоне, некорректное и некультурное обращение диспетчеров);

- недостаточная профессиональная подготовленность и компетентность водителей;

- опоздания автомобилей к назначенному времени, в то время как диспетчер своевременно не предупреждает клиента об опоздании;

- длительный период времени с момента вызова такси до его подачи;

- неуверенность пассажиров в безопасности поездки,

- непрофессионализм водителя - часто водители плохо ориентируются в городе;

- неудовлетворительное техническое состояние автомобилей;

- некомфортность поездки (грязный салон такси, повышенный шум в автомобиле и пр.)

- непрозрачный расчет стоимости поездки;
- у водителей одной компании различаются расценки, нарушение ранее достигнутого договора о стоимости проезда;
- недоступность услуг легковых автомобилей-такси для инвалидов-колясочников;
- неуверенность пассажира в высоком качестве услуг при выборе конкретного перевозчика и др.

Знание производителями транспортных услуг о недовольствах, предпочтениях и предложениях потребителей позволят разработать эффективные мероприятия по совершенствованию логистического сервиса.

Исследование позволило определить значение комплексного показателя уровня качества перевозок легковыми автомобилями-такси в Ростове-на-Дону, который в 2010 году составил 0,6, что соответствует удовлетворительному уровню и требует разработки мероприятий по повышению качества обслуживания жителей и гостей столицы ЮФО и повышение качества, привлекательности и эффективности общественного транспорта.

Библиографические ссылки

1. Глушакова Т. Замеры удовлетворенности потребителей и управление предприятием / Из материалов Гильдии маркетологов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketologi.ru>.
2. Загорский И.О., Володькин П.П. Методика оценки уровня обеспечения безопасности перевозки пассажиров как показателя качества транспортного обслуживания // Вестник Тихоокеанского государственного университета. - 2009. - № 1 (12). - С.267-274.
3. Логистика: общественный пассажирский транспорт / Под общ. ред. Л. Б. Миротина. – М.: Издательство «Экзамен», 2003. – 224 с.
4. Официальные сайты предприятий такси г. Ростова-на-Дону. – Режим доступа www.rostovtaxi.ru, www.vashe-taxi.com, www.sunbow.ru, www.500-0-500.ru, www.taxi161.ru, www.viptaxi556.ru, www.lb-taxi.ru, www.taxi-reno.ru.
5. Результаты анкетирования перевозчиков и пассажиров городского пассажирского транспорта 09.12.05. – Официальный сайт федеральной антимонопольной службы. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.fas.gov.ru.
6. Семчугова Е. Ю. Определение уровня качества услуг муниципального и коммерческого пассажирского транспорта // Проблемы качества и эксплуатации автотранспортных средств: Материалы III международной научно-технической конференции. Ч.2. Пенза: ПГУАС, 2004.
7. Управление качеством: Учеб. пособие / Под ред. С. Д. Ильенковой. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 352 с.
8. Шабанов А. В. Региональные логистические системы общественного транспорта: методология формирования и механизмы управления. Ростов-на-Дону, 2001.
9. Abram I. Bluestein, Michael Moriarty, Ronald J. Sanderson. The Customer Satisfaction Audit, 2002.