

УДК 339.138

Олександр Бакалінський

ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ РОБОТИ ТЕЛЕФОННОЇ ДОВІДКОВОЇ СЛУЖБИ ЗАЛІЗНИЦЬ УКРАЇНИ

Інформування пасажирів є чинником якості транспортного обслуговування. Інформація, яку перевізник надає пасажирам, впливає на їхню споживчу та транспортну поведінку. Потенціал цього впливу на залізницях України реалізовано не повністю. Найбільше інформаційне навантаження припадає на пасажирів під час пошуку відомостей щодо майбутньої поїздки. Одним з каналів передачі інформації на цьому етапі є телефонна довідка. Метою досліджень є оцінка якості роботи телефонної довідкової служби. Задля її досягнення розроблено методик, яка враховує інформаційні потреби пасажирів залізниць, а також – думки галузевих експертів щодо специфіки надання консультацій телефоном.

Ключові слова: якість послуг, інформація, телефонна довідкова служба, залізниця, пасажир.

Информирование пассажиров является фактором качества транспортного обслуживания. Информация, которую перевозчик предоставляют пассажирам, влияет на их потребительское и транспортное поведение. Потенциал такого влияния на железных дорогах Украины реализован не полностью. Наибольшая информационная нагрузка приходится на пассажира во время поиска сведений о будущей поездке. Одним из каналов передачи информации на этом этапе является телефонная справка. Цель исследований заключается в оценке качества работы телефонной справочной службы. Для ее достижения разработана методика, которая учитывает информационные потребности пассажиров железных дорог, а также – мнения отраслевых экспертов о специфике предоставления консультаций по телефону.

Ключевые слова: качество услуг, информация, телефонная справочная служба, железные дороги, пассажиры.

Information for passengers is a factor of transportation service quality . Information provided for passengers by transportation service company influents to their consumer and travel behavior. Potential of such influence is not fully realized at Ukrainian railways. The most of information's preassure to the passenger is realized during the searching of information before trip. One of the channels for translation of information at this step is a telephone information service. The goal of research is assessment of quality of the telephone information service. To this purpose was developed a method based on information needs of railway passengers and branch expert opinions regarding the specifics of providing of telephone information service.

Keywords: service quality, information, telephone information service, railways, passengers.

© Бакалінський О. В., 2014

Постановка проблеми. Через неврівноважений вплив держави на розвиток різних видів транспорту в пасажирських перевезеннях посилюється конкуренція між державними залізницями та іншими видами, які виявляються більш гнучкими в створенні передумов споживчої цінності транспортних послуг. У пасажирів залізниць України невпинно зростають очікування якості сервісу.

Інформування пасажирів є суттєвим чинником якості обслуговування. Інформація, що надається пасажиром перевізником, є також дієвим інструментом впливу на їхню споживчу та транспортну поведінку. Потенціал його впливу на залізницях країни реалізовано не повністю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. За результатами досліджень більшість пасажирів відчуває нестачу інформації. Відомості щодо майбутньої поїздки допомагають управляти попитом на транспортні послуги [8–10]. Заходи з інформування подорожуючих не потребують значних витрат, але вони мають ретельно готуватися [1–3; 6; 8–11].

Тематика досліджень з цієї проблематики в колишньому СРСР концентрувалася переважно на визначенні повноти задоволення потреб пасажирів в інформації [7]. Згодом з'явилися дослідження впливу інформаційних рекламних потоків на поведінку пасажирів [6]. Рух потоків пасажирів на залізничному вокзалі [4] залежить від багатьох факторів, серед яких інформація має вагоме значення. Так, у роботах [9–11] досліджується вплив візуальних показників на рух та поведінку пасажирів у просторі вокзального комплексу.

Технічна та функціональна якість роботи каналів передачі, контекст та побудова повідомлень є основними складовими ефективного надання інформації пасажирам [1; 7; 8; 10; 11].

У стандарті Європейського Союзу EN 13816 Definition, determination of performance objectives and measurement of service quality («Визначення показників та вимірювання якості сервісу» – англ.), який було опубліковано в грудні 2001 р., наголошується на необхідності легкого отримання інформації у сервісних процесах. На залізницях України стандарти для конструювання та передачі інформаційних повідомлень пасажирам відсутні, а робота довідкових служб регулюється мінливими внутрішніми розпорядженнями.

Найбільше інформаційне навантаження припадає на пасажира під час пошуку відомостей щодо варіантів майбутньої поїздки [1; 8]. Одним з важливих каналів передачі інформації на цьому етапі є телефонна довідка.

Скарги пасажирів українських залізниць на незадовільну якість роботи телефонної довідкової служби спонукають галузевих маркетологів до пошуку та адаптації інструментів досліджень якості інформаційного обслуговування. Фіксацію поточного стану якості інформування пасажирів можна розглядати як початок робіт зі стандартизації цієї складової транспортної послуги.

Мета і завдання. Зважаючи на викладене, набуває актуальності проблема оцінювання якості роботи телефонної довідкової служби залізниць України, яке враховувало б не лише технічну складову якості, а й функціональну. Крім того, інструментарій досліджень повинен відповідати визнаним стандартам вимірювання якості послуг, він має надати інформацію, якої не вистачає розробникам галузевих нормативних документів. Механічно перенести методичні підходи з інших сервісних сфер не вдається – на заваді стає специфіка роботи залізничного транспорту.

Метою даної дослідницької роботи є оцінка якості роботи телефонної довідкової служби залізниць України. Задля її досягнення розроблено методику, побудована якої

враховує інформаційні потреби пасажирів залізниць та думки галузевих експертів щодо специфіки надання телефонних консультацій.

Методологія. У якості основи методики досліджень використано різновид техніки *mystery shopping* (таємний покупець – англ.) – *mystery calling* (таємний дозволювач – англ.). Цей інструмент передбачає здійснення ряду телефонних звернень до довідкової служби обраної установи та накопичення статистики відповідей у розрізах, що цікавлять дослідників.

Аналіз думок експертів-залізничників щодо роботи організації телефонної довідки дозволив виділити етапи сервісного процесу з інформування пасажирів та запропонувати основні критерії оцінювання його якості.

До показників технічної якості роботи телефонної довідки увійшли: кількість спроб до з'єднання з оператором; тривалість очікування перед успішним з'єднанням; час очікування початку діалогу після відповіді оператора.

До показників функціональної якості належать: ввічливість оператора під час привітання; повнота надання інформації щодо транспортної організації та даних самого оператора; зацікавлення оператора метою звернення; частка звернень, коли оператор переривав діалог з пасажиром; частка звернень, коли оператор задавав питання задля уточнення потреб; частка звернень, коли оператор підбив підсумок питання (питань) пасажирів; повнота відповіді оператора; оцінка зрозумілості відповіді; оцінка рівня задоволення запиту пасажирів в цілому; частка відповідей, коли оператор ініціював надання додаткової інформації; частка відповідей, коли оператор подякував за звернення до довідкової служби; ввічливість оператора під час прощання; оцінка ввічливості оператора в цілому; зосередженість оператора на розмові; темп консультації; інтегрована оцінка ініціативності оператора.

Попереднє випробування методики проведено в м. Києві в 2012 р. В процесі основного дослідження, яке тривало протягом двох тижнів березня, дозвонювачі здійснили 420 запитів.

Зміст питань до довідкової служби стосувався як основної, так і додаткових транспортних послуг, що надають українські залізниці. З метою дослідження динаміки показників запити здійснювалися протягом п'яти визначених часових інтервалів: з 8.00 до 10.00, з 10.00 до 12.00, з 12.00 до 15.00, з 15.00 до 18.00 та після 18.00 години.

Під час обробки даних були побудовані розподіли оцінок відповідей операторів у розділах, що зазначені вище. Після цього досліджувалися різноманітні залежності між ними. Наприклад, нас цікавило, чи існує зв'язок між днем тижня, часом доби чи характером запитань пасажирів та ввічливістю оператора телефонної довідки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дослідження виявило, що з'єднання з оператором протягом успішної спроби здійснюється, як правило, не більше, ніж за 10 с. Проте кількість спроб до досягнення успішного з'єднання значно коливається залежно від часу доби та дня тижня: вранці в будні вона була меншою, ніж у вихідні та ввечері.

Оператори переривають клієнта майже в половині діалогів і не слухають до кінця основне та додаткові запитання. В 60 % випадків оператори не підбивають підсумок запиту клієнта.

У процесі розмови оператор не завжди задає питання задля уточнення потреб пасажирів, а особливо в діалогах, що стосуються додаткових послуг залізниць. Задоволення повнотою інформації щодо додаткових послуг склало лише 48 %. Якщо порівнювати цю частку з усіма зробленими запитаннями (щодо основних та додатко-

вих послуг разом), то в них у 35 % випадків відповіді були неповними, або клієнт зрозумів їх лише частково.

Ввічливість операторів у цілому слід оцінити як низьку. Найгіршою вона є на початку та при завершенні розмови з клієнтом. У 6 % дзвінків оператор відволікався та був роздратованим. У 8 % випадків консультація набувала неприйнятної для розуміння темпу. В цілому в 56 % дзвінків клієнт відчував себе достатньо комфортно в процесі діалогу.

Констатуємо, що протягом досліджень довідкова залізниць не сприяла формуванню попиту на перевезення. У 85 % дзвінків оператор не надавав за власною ініціативою додаткової інформації, яка могла б бути корисною клієнту та вплинула на його споживчу поведінку.

Висновки та пропозиції. У цілому якість роботи телефонної довідкової служби українських залізниць можна оцінити як посередню, а в деяких аспектах – незадовільну.

Не зважаючи на відсутність нормативних документів щодо критеріїв технічної якості роботи цієї служби, цю складову якості можна визнати задовільною. Випадки, коли дозвонювач не зміг скористатися довідкою, під час дослідження зареєстровані не були. Проте кількість спроб до успішного з'єднання в періоди пікових навантажень іноді сягала п'яти.

На думку автора, основні негаразди інформування пасажирів пов'язані з функціональною складовою якості. Найбільше незадоволення клієнтів виникає на етапах встановлення та припинення контакту. Часто недостатніми є ініціативність та зацікавленість оператора в задоволенні запиту клієнта – довідкова служба надто формально виконує покладені на неї функції.

Слабким місцем є надання інформації щодо додаткових послуг залізниць. Комплексні інформаційні запити пасажирів часто не задовольняються на належному рівні. Недостатня повнота надання такої інформації є свідченням недосконалої організації роботи та (або) низької кваліфікації операторів.

Технічні й функціональні показники якості роботи довідки значно коливаються залежно від часу доби та дня тижня. Варто запровадити додаткові заходи контролю роботи оператора в обідній час, а також – у вихідні. Сприятиме поліпшенню інформування пасажирів і збільшення кількості операторів протягом періодів, коли спостерігається зниження показників функціональної якості.

Подальшим напрямом досліджень є встановлення зв'язків між оцінками якості роботи довідкової служби та транспортною і споживчою поведінкою клієнтів.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Бакалінський О.В.* Інформація для пасажирів залізниць як чинник впливу на їхню споживчу поведінку [Електронний ресурс] / О. В. Бакалінський // Проблеми системного підходу в економіці. – Київ: НАУ, 2011. – № 4. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/e-journals/PSPE/2011_4/Bakalinskiy_411.htm
2. *Бакалінський О. В.* Методологія досліджень впливу інформації на поведінку пасажирів у приміщенні залізничного вокзалу [Електронний ресурс] / О. В. Бакалінський // Проблеми системного підходу в економіці. – Київ: НАУ, 2012. – № 1. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/e-journals/PSPE/2012_1/Bakalinskiy_112.htm
3. *Бакалінський О. В.* Утворення споживчої цінності в пасажирських перевезеннях залізницями [Електронний ресурс] / О. В. Бакалінський // Ефективна економіка. – № 6. – Київ, 2012. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=1224>

4. Прохорченко А. В. Математичне моделювання динаміки руху пасажиропотоків на залізничному вокзалі / Прохорченко А. В., Труфанова І.А. // Східно-Європейський журнал передових технологій.– Харків: УДАЗТ, 2009.– №5/4 (41).–с.27–30.
5. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии: [пер. с англ.] / Кристофер Лавлок. – 4-е изд. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 1008 с.: ил. – ISBN 5–8459–0648–2 (рус.).
6. Строгова Т. М. Логистика рекламных информационных потоков / Т. М. Строгова.– Автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.06, Самара, 2000. –16 с.
7. Трихунков М. Ф. Транспортное производство в условиях рынка. Качество и эффективность / М. Ф. Трихунков. – М: Транспорт, 1993. – 255 с.
8. Avineri E. Changing travel behaviour: Lessons from “behavioural economics” / E. Avineri // Transportation Professional, 2009. – №7–8. – Pp. 28–29.
9. Nakamura K. Visualizing passenger flow in railway station using laser scanners / K. Nakamura, H. Zhao, R. Shibasaki, K.Sakamoto // CUPUM '05: Computers in Urban Planning and Urban Management, 9th International Conference, London, 2005, paper № 220
10. Meng-Cong Z. Post-Occupancy Evaluation of Information Signs and Pre-Boarding Behavior in a Historic Railroad Station / Z. Meng-Cong, C. Ming-Shih, L. Pei-Ying // Journal of Asian Architecture and Building Engineering -№1, vol.9, 2009.–Pp.177–184.
11. Zhang L. Determinants of Route Choice and the Value of Traveler Information: A Field Experiment / L. Zhang, L David. // 85th Annual Meeting of the Transportation Research Board in Washington, DC, January 22-26, 2006.