ZESZYTY NAUKOWE POLITECHNIKI ŚLĄSKIEJ 2004
Seria: TRANSPORT z. 52 Nr kol. 1621

Stanisława ZAMKOWSKA[1]

WARUNKI TWORZENIA DOBREJ OFERTY W TRANSPORCIE ZBIOROWYM – ROLA INFORMACJI

Streszczenie. W artykule przedstawiona została rola informacji w kształtowaniu produktu transportu pasażerskiego. Właściwa informacja dla podróżnych i sposób jej dostarczania jest istotnym elementem jakościowym usługi transportowej. Badania marketingowe pokazują, że jedną z głównych barier utrudniających korzystanie z transportu publicznego jest całkowity brak lub słaba jakość informacji na temat sieci i usług. Wskazane zostały także warunki usprawnienia przekazu informacji, wpływające na spopularyzowanie usług transportu zbiorowego.

THE CONDITIONS OF CREATING A GOOD OFFER WITHIN COLLECTIVE TRANSPORT – THE ROLE OF INFORMATION

Summary. The article presents the role of information in the process of shaping the product of passenger transport. Proper information for passengers and the way it is delivered are the crucial elements of transport services quality. As shown by marketing research, one of the main barriers hindering the use of public transport are the lack or poor quality of information concerning the network or the services. The conditions of improvement of information delivery that encourage the popularisation of public transport services were also pointed out.

1. WPROWADZENIE

Obecne potrzeby mobilności, kształtowane pod wpływem szeregu zachodzących przemian społeczno-gospodarczych, generują nowy rodzaj popytu na usługi przewozowe. Jego cechą jest zapotrzebowanie na wysoką jakość usług. Sytuacja ta stawia nowe wyzwania, zarówno wobec administracji publicznej różnych szczebli, uprawnionej do ingerencji w tej dziedzinie gospodarki, jak też wobec dostawców usług przewozowych, w tym przewoźników transportu zbiorowego i innych służb. Sprostanie tym nowym wyzwaniom jest uwarunkowane przygotowaniem atrakcyjnej oferty, odpowiadającej preferencjom podróżnych. Aby zatem transport zbiorowy mógł zwiększyć swój udział w obsłudze potrzeb komunikacyjnych ludności, musi przede wszystkim umieścić użytkownika w centrum uwagi organizacji transportu.

Współcześnie coraz większe znaczenie w kształtowaniu wysokiej jakości oferowanych usług oraz dla konkurencyjności przedsiębiorstw ma sprawny przekaz informacji i właściwe

[1] Wydział Transportu, Politechnika Radomska, ul. Malczewskiego 20A, 26-600 Radom , (+48 48) 3617732, s.zamkowska@pr.radom.pl

jej wykorzystanie. Wymiernym efektem usprawnień w tym obszarze powinno być przyciągnięcie i zatrzymanie pasażerów - jako klientów transportu zbiorowego.

Informacja dla pasażerów powinna przede wszystkim ułatwić dostęp i korzystanie z usług transportu, a dzięki redukcji obszaru niewiedzy o planowanej podróży zmniejszyć poczucie niepewności pasażerów. Powinna ona być także dostosowana do różnych faz powstawania i realizacji usługi przewozowej. Oprócz informacji o samej podróży, coraz większego znaczenia nabiera informacja służąca bezpieczeństwu lub dostarczająca rozrywkę.

Obserwowany obecnie wzrost znaczenia przepływu informacji i wiedzy wiąże się z ideą społeczeństwa informacyjnego. Termin ten został użyty przez naukowców japońskich na początku lat sześćdziesiątych. Idea ta przypisuje zasobom wiedzy i szybkości przepływu informacji podstawowe znaczenie dla rozwoju społecznego i wzrostu gospodarczego. Odpowiednie programy działań, opracowane także przez Unię Europejską, zakładają szybką komputeryzację przepływów informacji w wielu obszarach administracji i gospodarki. Jednym z obszarów, który ma uzyskać impuls do rozwoju dzięki wdrożeniom informatyki, jest publiczny transport pasażerski. Tradycyjne systemy transportowe, wzbogacone o nowe technologie przepływu informacji, ewoluują w kierunku ITS (Inteligentnych Systemów Transportowych).

2. INFORMACJA JAKO ELEMENT JAKOŚCI USŁUG TRANSPORTU ZBIOROWEGO – ZALECENIA UITP

W promocji transportu zbiorowego jako alternatywy ekologicznej i komunikacyjnej wobec motoryzacji indywidualnej największe znaczenie ma jakość usług. Zaoferowanie usług transportu publicznego o możliwie najwyższej jakości jest jednym ze sposobów pogodzenia sprzecznych ze sobą dążeń indywidualnych i celów zbiorowych zrównoważonego rozwoju. Dobrej jakości transport publiczny sprzyja decyzjom politycznym władz samorządowych w misji promowania jakości życia i ruchliwości dla wszystkich mieszkańców miast i regionów.

Jedno z oficjalnych stanowisk UITP w sprawie jakości zrównoważonego transportu zbiorowego [1] pojęcie jakości określa jako postępowanie zarządcze, które zmierza do ciągłej poprawy usług i procesów realizacji tych usług. W tym aspekcie jakość powinna być ukierunkowana na poprawę zadowolenia klientów, w celu pozyskania ich lojalności i zwiększenia korzystania z usług.

Jakość usługi jest również najważniejszym kryterium oceny transportu zbiorowego przez klienta. W związku z tym konieczne jest traktowanie wszystkich aspektów obsługi jako jednakowo ważnych. Procedury wdrażania jakości w komunikacji zbiorowej powinny się opierać na znanym cyklu jakości, który obejmuje:

- jakość wymaganą,
- jakość planowaną,
- jakość rzeczywiście świadczoną,
- jakość postrzeganą.

Niezbędnymi elementami tego cyklu są kontrola realizacji usługi i pomiar zadowolenia klientów. Raporty o wynikach wdrażania jakości na wszystkich poziomach są skutecznym narzędziem zarządzania i poprawy jakości usługi.

Wśród ważnych wytycznych dla organizatorów transportu, w kwestii doskonalenia jakości transportu publicznego, UITP wymienia informację dla pasażerów podkreślając, że brak lub słaba jakość informacji na temat sieci i usług stanowić może istotną barierę utrudniającą korzystanie z tej formy transportu. Wynikają z tego następujące zalecenia UITP dla systemu informacji dla pasażerów, który powinien:

- ułatwiać dostęp do sieci transportu publicznego oraz korzystanie z niego,
- czynić podróżowanie bardziej komfortowym i mniej stresogennym dzięki zmniejszaniu niepewności pasażerów,
- zwiększać atrakcyjność transportu publicznego, zarówno dla obecnych, jak i potencjalnych użytkowników,
- wspierać integrację pomiędzy różnymi środkami transportu.

Pasażerowie powinni otrzymywać taką informację o środkach transportu i połączeniach, na podstawie której mogliby zaplanować swoją podróż od drzwi do drzwi. Powinna być ona kompletna, prawidłowa i aktualna, łatwa do odczytania, dostępna i o ile to możliwe - podawana w czasie rzeczywistym [2].

Eksperci podkreślają, wyraźny związek między usprawnieniami w dziedzinie przekazywania informacji a wzrostem popytu na usługi komunikacji zbiorowej, która powinna stanowić alternatywną ofertę wobec jazdy własnym samochodem.

3. RODZAJE I FAZY DOSTARCZANIA INFORMACJI DLA PODRÓŻNYCH

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, na:
- informacje poprzedzające podróż,
- informacje przekazywane w czasie jazdy,
- informacje 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 kursowania[2],
- komfortu,
- cenach biletów i ulgach,
- ofertach promocyjnych,
- możliwości zarezerwowania miejsca,
- obsługi 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 obszarem informacyjnym jest kontakt klienta z przewoźnikiem. Głównym celem wymiany informacji jest tutaj usunięcie niepewności pasażerów, tym większej, im bardziej złożony jest łańcuch podróży. Tu również potrzebnych jest wiele informacji, takich jak:
- kiedy i skąd odchodzi wybrany środek transportu,
- jaki czas jest potrzebny na dotarcie do punktu odprawy,
- gdzie i kiedy odbędzie się przesiadka,

[2] Dostępność i częstotliwość kursowania, np. w transporcie lotniczym, jest znacznie mniejsza niż w transporcie autobusowym.

- jaki czas jest ewentualnie potrzebny na przesiadkę,
- jakie są możliwości dalszej podróży w przypadku opóźnienia w jednej z faz podróży.

Fazy podejmowania decyzji i planowania podróży są etapami wstępnymi przed główną fazą, jaką jest sama podróż. **Informacje potrzebne w trakcie podróży** powinny być dostępne przede wszystkim w pojazdach i umożliwić monitorowanie podróży pod kątem jej zgodności z osobistym planem podróżnego. Jest to istotne szczególnie w sytuacjach opóźnienia środków transportu, które wywołują konieczność zmian w planie podróży. Informacja ta, aby mogła spełnić swój cel, musi być aktualna, a więc podawana w czasie rzeczywistym.

Wewnątrz pojazdów powinna się znajdować mapa linii z zaznaczonymi przystankami krańcowymi i pośrednimi, a także możliwościami przesiadek na inne linie. W trakcie podróży pasażerowie, szczególnie osoby niepełnosprawne, powinni być informowani z odpowiednim wyprzedzeniem czasowym o następnym przystanku i przesiadkach. Przekaz ten powinien być łatwy w odbiorze i dostosowany do różnych rodzajów niepełnosprawności (czytelne wyświetlacze, wyraźna wypowiedź głosowa). Ponadto pożyteczną informacją byłoby wskazanie, z której strony pojazdu otwierają się drzwi.

Szczególnie ważny jest precyzyjny przekaz informacji w sytuacjach wyjątkowych, np. przy opóźnieniach i awariach. Wskazane byłoby nie tylko przekazanie informacji o opóźnieniu, ale także o zabezpieczeniu dalszej podróży, np. że kolejne środki transportu będą oczekiwały na spóźnionych podróżnych.

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 podróżnych, 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, ale 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 [3]. 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. Zintegrowana oferta transportu zbiorowego, zapewniająca przewozy w systemie „od drzwi do drzwi", powinna obejmować:

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

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 czytelna i zrozumiała, precyzyjna i niezawodna, uwzględniająca wszelkie zmiany i odchylenia od założonego planu, zwłaszcza zmiany w rozkładach jazdy i taryfach. Intermodalność wyraża się także poprzez możliwość regulowania wszelkich należności jedną kartą płatniczą, pełniącą jednocześnie funkcje biletu. Szczególnie przydatny do konstrukcji i dystrybucji takiej oferty jest Internet. Umożliwia on bezpośredni kontakt z klientem, poszerzając zakres informacji i dostępność usług.

4. NOŚNIKI INFORMACJI O USŁUGACH TRANSPORTU ZBIOROWEGO

Do podstawowych nośników informacji o funkcjonowaniu publicznego transportu zbiorowego można zaliczyć:

- wszelkie formy informacji drukowanej, stanowiące przekaz o ofertach przewozowych i usługach towarzyszących;
- sieć centrów podróży czynnych minimum 10 godzin dziennie w głównych punktach obszaru zurbanizowanego;
- infolinie telefoniczne;
- terminale elektroniczne zapewniające 24-godzinną informację o rozkładach jazdy;
- strony internetowe organizatorów komunikacji zbiorowej;
- wyświetlacze rzeczywistych czasów odjazdów pojazdów poszczególnych linii z podstawowych przystanków;
- środki masowego przekazu, za pośrednictwem których dodatkowo powinna być prowadzona promocja korzystania z transportu publicznego;
- szkoły i inne miejsca edukacji, w których kształtowano by także proekologiczne zachowania komunikacyjne [4].

Tradycyjną i najbardziej dotychczas rozpowszechnioną formą przekazywania informacji jest **informacja drukowana**. Dostępna jest ona przede wszystkim w postaci schematów sieci i rozkładów jazdy w punktach odprawy podróżnych - dworcach, stacjach i przystankach. Ponadto popularną formą są różnego rodzaju informatory, ulotki i foldery, a także informacje prasowe, zwracające uwagę na szczególne oferty i promocje. W celu zwiększenia zasięgu takich informacji uruchamia się nowe marketingowe kanały informacyjne, takie jak specjalne wkładki do wydawnictw, np. kalendarzy, dzienników i gazet wysokonakładowych. Również oferowane przez pocztę usługi *direct mail* mogą stanowić dogodny kanał informacyjny dla przewoźników, niestety, jak dotąd rzadko wykorzystywany. Wymienione publikacje oferują głównie informacje przydatne przed podróżą. Pozwalają klientowi uzyskać wiedzę o ofertach różnych przewoźników i zaplanować łańcuch podróży.

W zakresie informacji po podróży formy drukowane przekazują podróżnemu wiedzę o otoczeniu przystanku docelowego. Może to być np. informacja o innych środkach transportu, plan komunikacji miejskiej czy mapa miasta, uwzględniająca ważne instytucje publiczne, centra handlowe, hotele, zabytki. Cały system oznakowania dworców i stacji przekazuje informacje o dostępnych usługach i pomocne w poruszaniu się po obiekcie.

Forma drukowana informacji może być wykorzystywana w ograniczonym zakresie również do śledzenia podróży. Szczególnie w transporcie miejskim pasażer powinien mieć możliwość identyfikacji przystanków, co jest praktykowane poprzez umieszczone w pojazdach schematy trasy. Innym rozwiązaniem, stosowanym na kolejach niemieckich, są wykładane do przedziałów w pociągach klasy InterCity plany podróży w formie gazetek, w których podany jest dokładny opis jazdy danym pociągiem (także z powrotem) i skomunikowania na wszystkich przystankach. Informacja taka, oczywiście, nie może uwzględniać krótkoterminowych zmian przebiegu podróży.

W coraz większym stopniu formy drukowane zastępowane są **formą elektroniczną**. Przykładem są wyświetlacze elektroniczne stosowane na dworcach i w pojazdach, wykorzystywane do przekazywania informacji szybko zmiennych w czasie, takich jak:

- nazwa zbliżającego się przystanku lub stacji,
- czas podróży do najbliższych głównych przystanków na trasie,
- aktualna godzina,
- czas oczekiwania na pojazd, ewentualne opóźnienie,
- informacje cenowe,
- inne bieżące informacje, np. wiadomości, komunikaty, formuły okazjonalne.

Informacje wyświetlane na monitorach mogą być szybko i stale uaktualniane. Ta technika umożliwia także pokazywanie schematu podróży. Na przykład, w pociągach szybkiej kolei miejskiej w Kopenhadze pokazywana jest aktualna pozycja pociągu na wyświetlanym schemacie trasy.

Wyświetlacze elektroniczne są już powszechnie stosowane na dworach i stacjach kolejowych i coraz częściej w pojazdach, natomiast stosunkowo mało są rozpowszechnione na przystankach komunikacji miejskiej. W tym obszarze istnieją bardzo duże możliwości ułatwienia i uatrakcyjnienia podróży, a w szczególności podniesienia bezpieczeństwa. Przydatna dla pasażerów może być informacja o kierunku jazdy następnych pojazdów oraz o czasie oczekiwania w minutach. Przekaz elektroniczny w dużym stopniu uzupełnia tradycyjną informację drukowaną. Często ekrany sensorowe oraz usługi interaktywne są najłatwiejsze w obsłudze dla pasażerów.

Innym, również tradycyjnym, systemem przekazywania informacji jest **informacja telefoniczna**, której najdoskonalszą formą jest *call center*:

- umożliwia funkcjonowanie jednego numeru dostępowego do informacji dla całego obszaru czy kraju,
- zarządza zgłoszeniami, przerzucając je do wolnych stanowisk,
- minimalizuje czas oczekiwania na odpowiedź.

Jednym z rozwiązań jest także *bezpłatna infolinia*, za pośrednictwem której można uzyskać potrzebne informacje o usługach.

Telefonia umożliwia wprowadzenie systemu zdecentralizowanej informacji (doprowadzenie łącza do konkretnego przystanku). Tym sposobem pasażerowie mogą się skontaktować z centrum obsługi, uzyskując informację bieżącą.

Przekazywanie informacji w czasie rzeczywistym wymaga posiadania wiedzy o aktualnej pozycji pojazdów. Służą temu różne systemy lokalizacji pojazdów, takie jak GPS (*Global Positioning System*), stosowane zarówno w transporcie kolejowym, jak i samochodowym. Lokalizacja pojazdu ważna jest dla zarządzania usługami oraz kontroli, generowania informacji dla podróżnych, a także dla zapewnienia bezpieczeństwa. Dzięki systemom lokalizacji pojazdów można poprawić regularność przewozów nawet w bardzo trudnych warunkach ruchu drogowego. Dyspozytor ruchu, znając dokładne położenie pojazdów na trasach, może przesłać wiadomość o utrudnieniach (zator, objazd, opóźnienie) w czasie rzeczywistym do kierowcy pojazdu lub do pasażerów znajdujących się w pojazdach,

albo oczekujących na przystankach. Informacja o dużych zakłóceniach w ruchu może być przekazywana użytkownikom także przez lokalne radio lub stacje telewizyjne.

Najbardziej nowoczesnym narzędziem do komunikowania się jest obecnie **Internet.** Wykorzystując możliwości internetowe można przekazać wiele informacji na temat transportu pasażerskiego, a także prowadzić skuteczną reklamę (strony www). Można za jego pośrednictwem uzyskać dostęp do dalszych informacji, np. o cenach, a także dokonać rezerwacji i zakupu biletów. Typowym przykładem wykorzystania Internetu w transporcie zbiorowym jest interaktywny rozkład jazdy. Internet daje każdemu użytkownikowi dostęp do informacji nieograniczonej odległością i jest dostępny z domu, z biura, czy z każdego innego miejsca poprzez sieć telefonii komórkowej. Łączenie stron internetowych różnych użytkowników z różnych krajów pozwala na całościowe planowanie podróży.

Coraz szersze zastosowanie w transporcie pasażerskim znajduje obecnie **telefon komórkowy.** Za jego pośrednictwem można przekazać wszelkie informacje, opisane wcześniej, jakich oczekuje pasażer. Telefon komórkowy umożliwia połączenie z Internetem i pobieranie informacji centralnych. Pozwala także na dokonanie transakcji kupna biletu.

Systemy informacji dla pasażerów ewoluowały od najprostszej formy drukowanej i głosowej do systemów multimedialnych, które mogą być aktualizowane w czasie rzeczywistym poprzez sieć bezprzewodową. Następnym krokiem w tej ewolucji są **zintegrowane systemy intermodalne** dla każdego środka zbiorowego transportu publicznego oraz technologie sieciowe, wykorzystujące wysoką przepustowość sieci kablowych i bezprzewodowych. W systemie tym znajduje się zintegrowane centrum sterowania, potrafiące zarządzać wszystkimi typami informacji lub rozrywki dla pasażerów oraz technologiami zapewniającymi bezpieczeństwo, takimi jak: wyświetlacze wewnątrz pojazdów i na stacjach, systemy nagłaśniania ogólnego, intercom, telewizja dozorująca i inne [5].

Każda z wymienionych form przekazu informacji musi uwzględniać potrzeby i wymogi osób niepełnosprawnych. Przede wszystkim elementy architektury transportu zbiorowego (np. przystanki, drogi dojścia) powinny być łatwo dostrzegalne. Ważne informacje (tworzące łańcuch informacji podróżnej – godziny odjazdu, procedury związane z przesiadkami, informacje o opłatach i taryfach) powinny być przekazywane w formie wizualnej, akustycznej oraz dotykowej. W wielu przypadkach zalecane są indywidualne porady dotyczące mobilności i wyjaśnienie możliwości, jakie oferuje transport publiczny użytkownikom, w zależności od ich warunków życiowych. W tym celu tworzone są np. w Niemczech duże centra sprzedaży i obsługi, w których można uzyskać informację o najbardziej dogodnej taryfie, lokalizacji parkingów P+R, obecności lub braku wind na przystankach lub o takich szczegółach, jak maksymalna dopuszczalna waga przy przewożeniu wózków inwalidzkich. Jeszcze bardziej wszechstronną poradę i informację, wykraczającą poza sferę transportu publicznego, można uzyskać w tzw. centrach mobilności, które mogą być prowadzone przez kilka różnych organizacji, także turystycznych.

5. PRZYKŁADY WYKORZYSTANIA I OCENY INFORMACJI DLA PODNOSZENIA SATYSFAKCJI PODRÓŻNYCH

Niekonwencjonalnym przykładem wykorzystania informacji dla podniesienia standardu usług dla podróżnych jest inicjatywa kolei austriackich (ÖBB). Nowy sposób zdobywania pasażerów przez koleje ÖBB polega na tym, że samotni pasażerowie tych kolei mogą obecnie skorzystać z kolejowej bazy danych, aby znaleźć sobie towarzysza podróży. W tym celu przed planowaną podróżą należy zarejestrować się na kolejowej stronie internetowej www.oebb.at w dziale Bahn Dating Borse, podać datę i trasę planowanej

podróży i umieścić ewentualnie krótką charakterystykę swojej osoby. Komputer w bazie danych dobiera następnie podróżnych ze względu na wiek, płeć i trasę podróży i proponuje odpowiednie miejsce w wagonie. Jest także możliwość wybrania sobie towarzystwa ze sporządzonej listy i wspólne ustalanie przyszłej podróży pociągiem. Oferta okazała się bardzo trafiona. Po pierwszym tygodniu funkcjonowania wpisało się do kolejowej bazy danych ponad 600 osób. Jak powiedział rzecznik prasowy ÖBB Michael Hlava: „.chcieliśmy ułatwić naszym pasażerom wzajemne poznanie się" [6].

Mimo iż przedstawiona inicjatywa kolei austriackich nie może być przeniesiona na grunt publicznej komunikacji zbiorowej, realizowanej na krótkie odległości w ramach przewozów miejskich i regionalnych, niemniej jednak stanowi przykład szukania sposobów przyciągnięcia podróżnych do korzystania z usług przewoźników publicznych.

Przy określeniu wzorca jakości na kolejach niemieckich w grupie czterech najważniejszych wymagań poddawanych ocenie przez podróżnych znajdują się wymagania dotyczące informacji, a w tym: ocena komunikatów w radio pociągowym, ocena informacji o rezerwacji miejsc, schematu drogi jazdy pociągu, materiałów reklamowych i informacyjnych o usługach kolei niemieckich i innych.

Natomiast na kolejach szwajcarskich SBB przy ocenie jakości obsługi informacyjnej na dworcach zwraca się uwagę na następujące wrażenia:
- czy pasażer został przywitany,
- czy pasażer szybko i dokładnie otrzymał odpowiedź,
- czy u pasażera wystąpiło przekonanie, że otrzymał najlepszy wariant odpowiedzi,
- czy personel jest dostatecznie kompetentny,
- czy rozmowy prowadzone są uprzejmie,
- czy po skończonej rozmowie następuje pożegnanie pasażera.

Jeśli informacji udziela się telefonicznie, to oprócz wymienionych czynników zwraca się również uwagę na:
- łatwość uzyskania połączenia,
- szybkość uzyskania połączenia,
- jak szybko zgłasza się pracownik pełniący dyżur w informacji,
- czy pracownik pełniący dyżur w informacji przedstawia się.

Gdy pasażer udaje się do biura informacji, to jako uzupełniające czynniki uwzględnia się:
- czas oczekiwania w kolejce (obiektywny i subiektywny),
- stopień zadowolenia uzyskującego informację,
- widoczność wizytówki pracownika informacji.

Podobnej ocenie poddaje się obsługę podróżnych przez personel kasowy. Poza tym oceniana jest słyszalność komunikatów, widoczność piktogramów i inne formy informacji.

6. WNIOSKI I PODSUMOWANIE

Najważniejszymi cechami informacji o usługach komunikacji zbiorowej jest łatwy dostęp oraz zrozumiały przekaz. Bez dobrej informacji nie jest możliwa skuteczna konkurencja komunikacji zbiorowej z komunikacją realizowaną własnymi pojazdami samochodowymi. Strategie rozwoju informacji powinny zatem zmierzać zarówno do zapewnienia dokładnej i zrozumiałej informacji, jak też wykorzystania szerokiego wachlarza dostępnych mediów, uwzględniając różne grupy podróżnych, w tym niepełnosprawnych.

Jedną z barier ograniczających dostępność do transportu publicznego i zapewnienie właściwego poziomu ruchliwości jest często bariera w obszarze łączności i informacji.

Badania wykazują, że około 20% potencjalnych podróży komunikacją zbiorową nie jest podejmowanych z powodu braku odpowiedniej informacji. Szczególnie istotne jest dotarcie z szybką informacją przy zmianach rozkładu jazdy lub taryfy, a także do grup osób nie korzystających zwyczajowo z komunikacji zbiorowej. A zatem, usprawnienia w dziedzinie informacji mogą się stać znaczącym krokiem w kierunku pozyskiwania klientów dla tej formy przewozu.

Z punktu widzenia klienta, korzystającego z usług różnych środków transportu w łańcuchu podróży lub szukającego alternatywnych połączeń przewozowych, ważne byłoby zdobycie informacji z jednego źródła. Zaostrzanie się konkurencji między przewoźnikami, tak w ruchu lokalnym, jak i dalekim, powoduje, że przewoźnicy najczęściej nie udzielają informacji o połączeniach obsługiwanych przez konkurentów. Daje się to zauważyć w wielu krajach Unii Europejskiej, gdzie otwarcie rynków wzmaga konkurencyjność o trasy czy odcinki tras, nie tylko pomiędzy oferentami krajowymi, ale także zagranicznymi. Odpowiedzią na powyższe dylematy powinna być integracja informacji o transporcie publicznym.

Projekt takiej zintegrowanej informacji o transporcie publicznym pod nazwą „Cyberkolej" opracowano w Japonii. System ten, wykorzystujący zaawansowane technologie informacyjne, będzie w stanie zaoferować pasażerom kompleksową informację o połączeniach i podróżach rozmaitymi środkami transportu w systemie „od drzwi do drzwi". Systemy informacyjne, w tym również nawigacja satelitarna, będą tak zintegrowane, że pasażer nie będzie się musiał martwić o wybór optymalnych połączeń. Możliwe będzie precyzyjne zaplanowanie podróży, od punktu startu do punktu końcowego i określenie czasu podróży. System przewiduje opcję automatycznego modyfikowania czasu trasy podróży w przypadku katastrofy, robót drogowych, opóźnienia pociągu lub odwołania kursu. Taka zintegrowana baza informacji transportowej będzie służyła nie tylko pasażerom, ale również operatorom, biurom podróży, firmom usługowym. Wdrożenie tego projektu ma nastąpić w ciągu najbliższych 10 lat [7].

Wpływ na jakość obsługi publicznego transportu zbiorowego, którego ważnym elementem jest informacja, mają zarówno przedsiębiorstwa przewozowe, jak i władze publiczne, zobligowane do wspierania podejścia jakościowego w tej sferze usług publicznych. W związku z tym jakość transportu zbiorowego musi być wdrażana poprzez podejście partnerskie i uwzględniona w umowach, zawieranych pomiędzy władzami publicznymi a operatorami. Na przykład, istotnymi warunkami postawionymi w kontraktach między WSB (Würzburger Strassenbahn GmbH) i prywatnymi przewoźnikami, oferującymi swoje przewozy w komunikacji miejskiej [8], są wymagania wobec przewoźników, odnośnie do: sprawności urządzeń nagłaśniających w pojazdach, właściwych oznakowań w pojeździe i na zewnątrz pojazdu, zapowiadania przystanków przez kierowców, udzielania informacji o rozkładzie jazdy, trasie, taryfach. W przypadku niedopełnienia należnych powinności przez zleceniobiorcę, zgodnie z ustalonymi warunkami umowy, pobierane są kary umowne, m.in. za brak sprawnego sprzętu nagłaśniającego czy brak zapowiadania przystanku. Przedstawione propozycje umowy kontraktowej mogą być wykorzystane w praktyce przetargowej w Polsce, w grupie usług transportowych, inicjowanych zarówno przez władze samorządowe, jak też inicjowanych przez rynek.

Literatura

1. Jakość jako czynnik godzący potrzeby indywidualne z celami zbiorowymi zrównoważonego rozwoju, Biuletyn Komunikacji Miejskiej nr 71/ 2003.
2. Informacja dla pasażerów – podsumowanie faktów, Biuletyn Komunikacji Miejskiej Nr 60/2001, s 23.

3. Biała Księga. Europejska polityka transportowa 2010: czas na podjęcie decyzji. Bruksela, wrzesień, 2001.
4. Wyszomirski O.: Tendencje rozwoju komunikacji miejskiej w Polsce, Transport Miejski nr 4/2002, s.14.
5. Scinteie V.: Przyszłość systemów informacji dla pasażerów, Biuletyn Komunikacji Miejskiej Nr 71/2003.
6. TTS 10/2003 s. 4 za Railway Gazette International 9/2003.
7. Japanese develop multi-media IT concept. International Railay Journal nr 2/2002.
8. Zamkowska S.: Przykład uwarunkowań prawnych zawieranych kontraktów na subsydiowane usługi przewozowe w komunikacji miejskiej, Biuletyn Komunikacji Miejskiej nr 54/2000, s.9-17.

Abstract

Without good information it is impossible for the collective transport to be in effective competition with the transport realized by personal car vehicles. Thus, the strategies of information development should head toward providing exact and clear information on the one hand, and on the other, toward the use of wide spectrum of available media, considering various groups of passengers, including the disabled. Information for passengers should make it easy for them to have an access to collective public transport network as well as to use it. Moreover, it should increase the attractiveness of public transport both for present passengers and potential users as well as promote integration among various means of transport. The development of information addressed to passengers requires the use of modern technologies, which, in turn, involves extra funds. It is especially essential to quickly reach the customers with information on timetable or fares changes as well as to reach those who are not customary users of collective transport. Thus, rationalizations in the area of information can become a remarkable step forward in winning customers for this form of transportation.