

Презентация

к дипломной работе

ОРГАНИЗАЦИЯ СЕРВИСА В ПАССАЖИРСКИХ ПЕРЕВОЗКАХ

ВЫПОЛНИЛ ОБУЧАЮЩИЙСЯ ГР. 07

КОЛОТВИНА Е.И.

Особенности российских железнодорожных маршрутов их существенная продолжительность. На некоторых направлениях поездка на поезде может длиться более недели. В связи с этим задачей перевозчиков является создание комфортных условий для путешествия, чтобы оно не казалось пассажиру слишком утомительным.



Обслуживание на железнодорожном транспорте РФ во многом уступает сервису западноевропейских железнодорожных компаний, однако в последнее время в этом направлении достигнуты определенные успехи. В частности:

- повышаются требования к обслуживающему персоналу;**
- идет процесс модернизации подвижного состава;**
- расширяется ассортимент услуг, предоставляемых пассажирам;**
- внедряются новые технологии в обеспечении бронирования и приобретения билетов, а также в области предоставления информации;**
- происходит обновление вокзалов.**



**ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА
ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ ВО
МНОГОМ ЗАВИСИТ ОТ
СФЕРЫ УСЛУГ,
ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ В
БЫТУ, ПРОИЗВОДСТВЕ, ВО
ВРЕМЯ ОТДЫХА, В
СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ, В
ТОМ ЧИСЛЕ И НА
ТРАНСПОРТЕ.**



Развитие сервиса в пассажирских перевозках в перспективе становится основой для привлечения пользователей железнодорожного транспорта и повышения рентабельности перевозок независимо от форм собственности и характера функционирования пассажирских компаний (дирекций), сети сервис-центров. Оказываемые услуги воздействуют на



- **В пассажирских перевозках социально-культурный сервис - это организованная система обслуживания, позволяющая потребителю (пассажиру) выбрать для себя оптимальный (экономически выгодный) вариант потребления предоставляемых товаров и услуг по транспортному обслуживанию с целью создания комфортных условий совершения поездки.**



Без комфортабельных современных вагонов, без соответствующего технического и технологического сервиса немислимо конкурентное с другими видами

Основная роль в сервисном обслуживании пассажиров при перевозках возлагается на пассажирские компании и сервис-центры (СЦ).

транспортное обслуживание населения на железнодорожном транспорте.



Существует ряд требований, которые должны учитываться и соблюдаться пассажирскими компаниями и СЦ, это:

- обязательность предложения населению и выполнения комплекса услуг.**
- необязательность использования клиентом сервисных услуг.**
- эластичность сервиса.**
- удобства сервиса.**
- техническая адекватность сервиса.**
- информационная отдача сервиса.**
- разумная ценовая политика в сфере сервиса.**
- гарантированное соответствие производства сервису.**



Основные задачи транспортного сервиса в пассажирских перевозках:

- повышение доходов от перевозок пассажиров и оказания сервисных услуг;**
- маркетинговые исследования спроса населения на перевозки и услуги на основе анкетирования, опросов, статистических и прогнозных данных о развитии курортных зон и зон отдыха, экономического развития регионов и других факторов;**
- создание развернутой сети СЦ;**
- лицензирование, стандартизация и сертификация сервисных услуг на транспорте;**
- создание сетевой информационной автоматизированной системы резервирования и продажи основных и дополнительных транспортных услуг.**

Широкий круг задач транспортного сервиса требует постоянной научной и инженерной проработки, совершенствования действующих и вновь создаваемых методов, систем, технологий и техники в пассажирских перевозках. Это позволит поднять пассажирские перевозки на более высокий уровень развития по сравнению с конкурентами и снизить себестоимость своей продукции.



- **Основным документом, опосредствующим перевозку пассажиров и багажа, является договор перевозки, по которому дорога обязуется доставить пассажира и его багаж в пункт назначения, предоставив ему место в поезде согласно купленному билету, а пассажир обязуется оплатить стоимость проезда по установленному тарифу, а в случае сдачи багажа сверх установленной нормы - стоимость перевозки**



При сервисном

обслуживании необходимо
учитывать потребности
массовых групп
пассажиров,
сгруппированных по целям
поездки и другим
признакам, не
только в
количестве
предоставляемых
мест, но и
временности

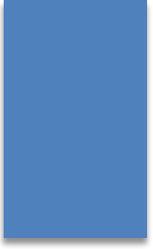


Для осуществления основной цели поездки необходимо, чтобы расписание движения поездов учитывало время перемещения пассажиров от дома до места начала поездки, время в пути следования поезда и время на перемещение от прибытия поезда в конечный пункт до места проживания, работы или учебы и было бы минимальным.



При планировании пассажирских перевозок и сервисном обслуживании необходимо в первую очередь учитывать не только спрос и частоту поездок, но и биологические потребности населения.

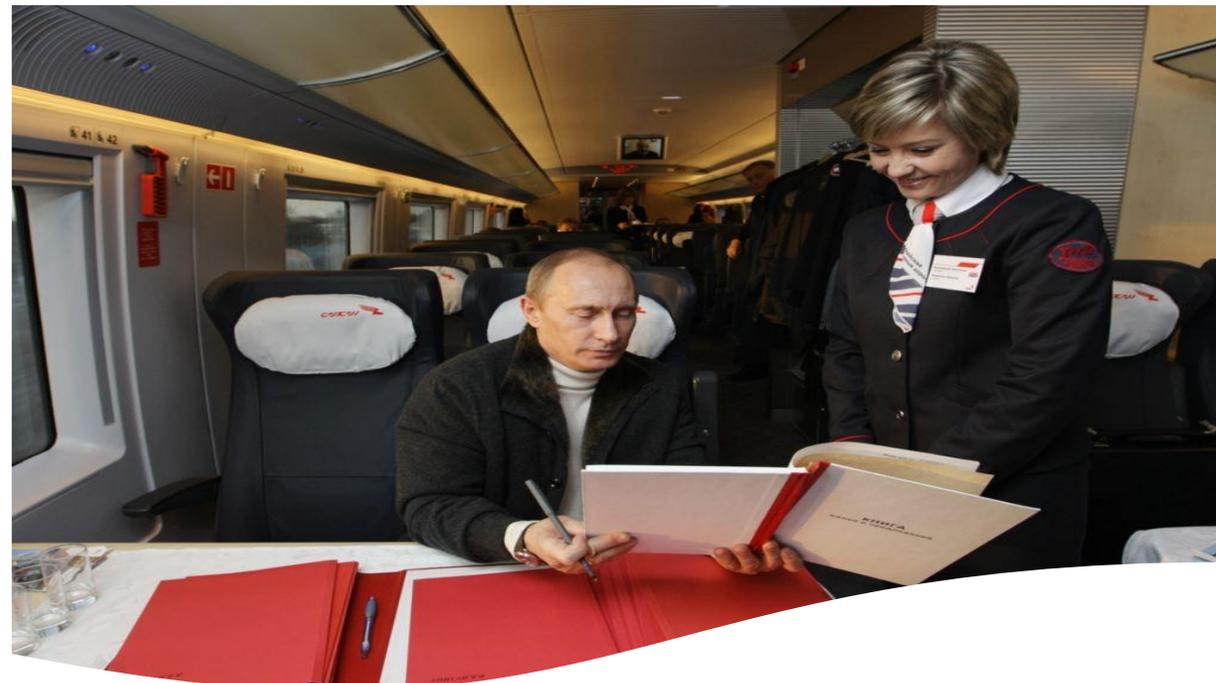




•Особое место в сервисе занимают санитарно-гигиенические потребности пассажиров.

МЕСТА ОБЩЕГО
УСЛУЖИВАНИЯ:

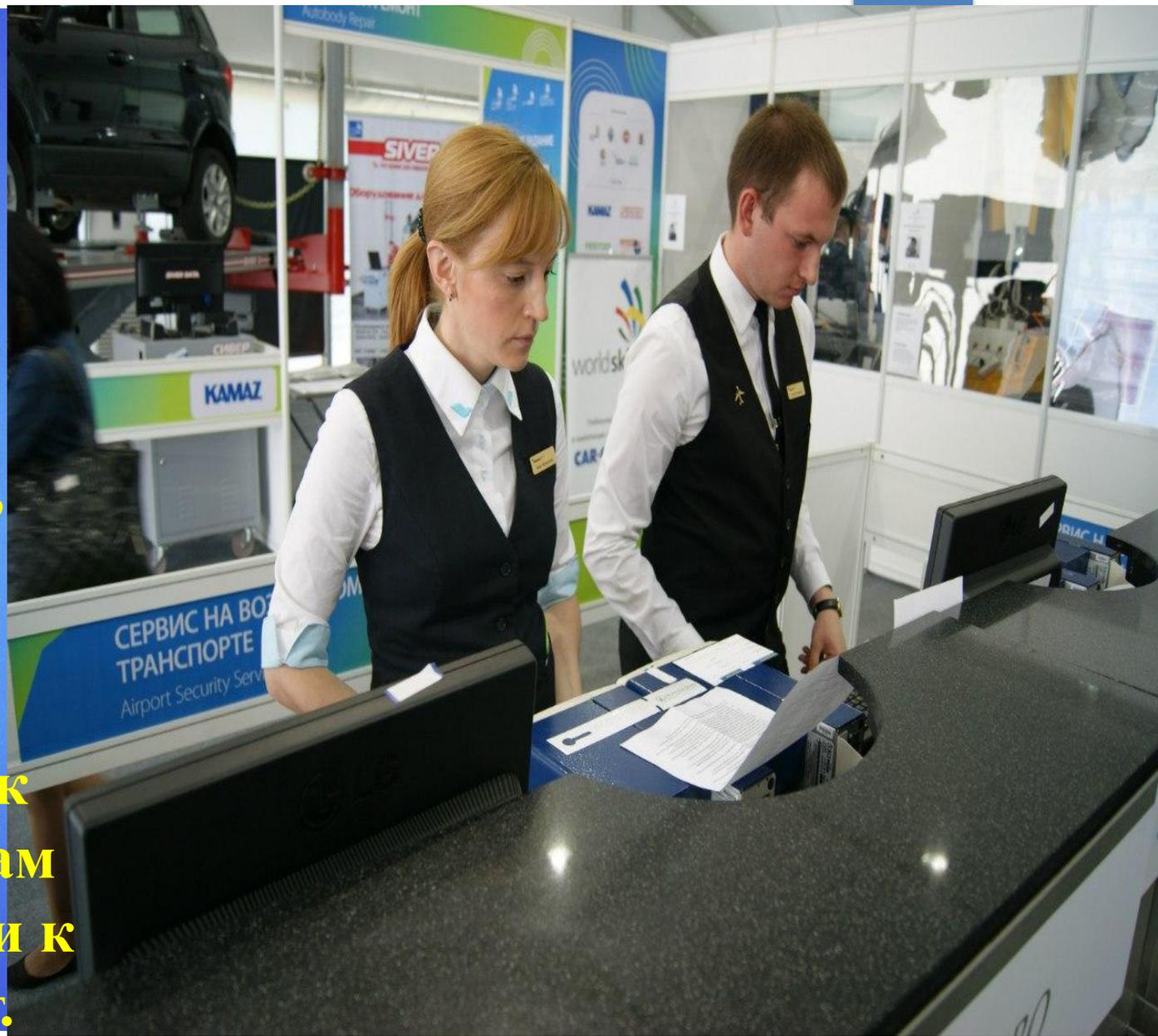
**Потребности пассажиров в основной услуге
- перевозке - и дополнительных сервисных
услугах лежат в основе разработки
маркетинговых программ транспортного
обслуживания населения**



В основе требований к новым типам вагонов, их внутреннему оснащению и оборудованию должны лежать человеческие желания и потребности, которые за последнее десятилетие существенно изменились.



Для определения и изучения потребностей населения в транспортных услугах производят маркетинговые исследования транспортного рынка по различным параметрам: цели, дальности, частоте поездки, роду деятельности, полу, возрасту, среднемесячному доходу потребителей, отношению их к характеристикам и параметрам основной услуге - перевозке - и к набору дополнительных услуг.



Сегмент рынка - это выделенная каким-либо способом часть рынка, обладающая определенным одним или несколькими общими признаками.

- **В качестве способа выделения сегментов можно применять методы анкетирования пассажиров, обработки статистических и отчетных данных видов транспорта, городов, областей, краев и республик. Объектом сегментация могут являться потребители - пассажиры, их желания и потребности и производители транспортных и других услуг, их предложения в дополнительных и сопутствующих услугах, технические, технологические и другие ресурсные возможности.**



Железнодорожные компании ищут и обслуживают широкие однородные сегменты - группы покупателей транспортных услуг, различающихся характером спроса и покупательским поведением.

▶ В результате обследования пассажиропотоков в дальнем и местном сообщении определяются ключевые параметры поездки - удобные расписания отправления и прибытия поезда, время в пути и маршрут следования, стоимость билета, а также потребность различных сегментов пассажиров на места в различных типах вагонов, в их внутреннем техническом оснащении и комфортности, в наборе дополнительных сервисных услуг в зависимости от уровня покупательской способности и дальности поездки.



Сегментация в пригородных перевозках должна определить в первую очередь структуру пассажиропотока по времени суток, дальности следования, цели поездки, характеристики и параметры основной услуги - перевозки и адресные расписания пригородных электропоездов для удовлетворения платежеспособного спроса населения в рабочие, выходные и праздничные дни.



Во-вторых, определяются класс вагонов, параметры и характеристики их внутренней среды и набор дополнительных услуг.

- ▶ На практике единого способа разбиения транспортного рынка на сегменты нет. Наиболее значимые факторы для этого: географические, демографические, психографические и поведенческие.**



**В качестве переменных в сегментации для деления
транспортного рынка дополнительно могут
рассматриваться и другие факторы:**

- ▶ **- виды сообщений (пригородное, местное, дальнее);**
- ▶ **- виды перевозок (внутренние, международные, смешанные);**
 - временные периоды;**
- ▶ **- расстояния следования пассажиров;**
- ▶ **- конкуренты - перевозчики.**



Выбор сегмента транспортного рынка производится по различным критериям. Критерий - это способ оценки сегмента рынка. Обоснованность выбора характеризуют:

- - доступность (она определяет, в какой степени данный сегмент поддается влиянию и может быть привлечен и обслужен);**
 - измеримость (показывает, в какой степени могут быть измерены объем и покупательская способность сегмента);**
 - доходность (свидетельствует о степени прибыльности сегмента как рынка);**
 - возможность освоения рынка в основных, дополнительных и сопутствующих услугах.**

Деление пассажиров на сегменты позволяет компаниям и СЦ шире и глубже изучить структуру и потребности транспортного рынка, предложения конкурентов и партнеров; разработать конкурентоспособные программы сервисного обслуживания населения; установить оптимальные цены на основные, сопутствующие и дополнительные сервисные услуги; подготовить технические средства и персонал к обслуживанию и, в конечном итоге, успешно функционировать на транспортном рынке.



Различают следующие виды сегментации потребителей рынка транспортных услуг:

- географической;
- демографической;
- психографической;
- по типу поведения;
- по конкурентам.



Под транспортным товаром понимается продукт труда производственных сфер деятельности многих служб и подразделений железнодорожного транспорта, созданный для продажи (обмена) и предназначенный для использования пассажирами при совершении поездки из одного места в другое.



Примером транспортного товара может быть пассажирский вагон, имеющий три уровня представления: товар по замыслу или назначению, товар в реальном исполнении и товар с подкреплением. Сам транспортный товар не продаётся населению, а продаётся услуга - перевозка в нём.



Сервисная транспортная услуга - результат деятельности исполнителя транспортной услуги (предприятий, организаций, учреждений или граждан-предпринимателей) по удовлетворению потребностей пассажиров в период появления потребности и совершения поездки.



Основная услуга - это перевозка пассажиров из одного пункта отправления в другой. Пассажир покупает на самом деле не свойства продукта - место в одном из типов вагона и обслуживание в нём, а именно перевозку, перемещение для реализации своей потребности и цели поездки: на работу, отдых, посещение родственников и друзей, лечение и т. д.



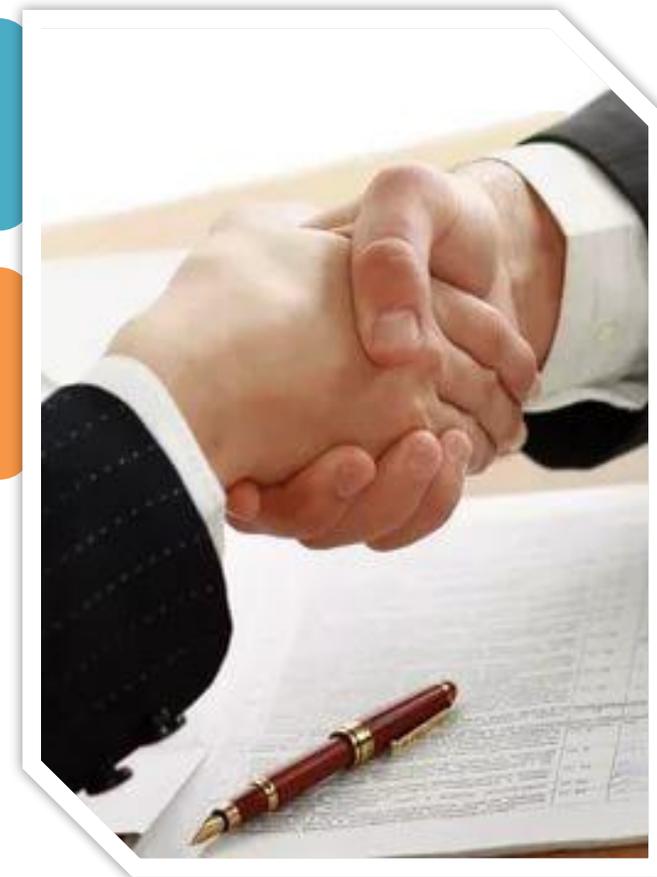
Сопутствующими или способствующими услугами являются услуги, необходимые для

того, чтобы использовать основную услугу

Во-первых, доставка билетов на дом, на работу

потребителю транспортной услуги, доставка пассажира и багажа от места нахождения или проживания до пункта (станции или вокзала)

Во-вторых, услуги проводников в предоставлении постельного белья, обеспечении питанием, напитками, кондиционировании воздуха в вагонах, туалетными принадлежностями и др.

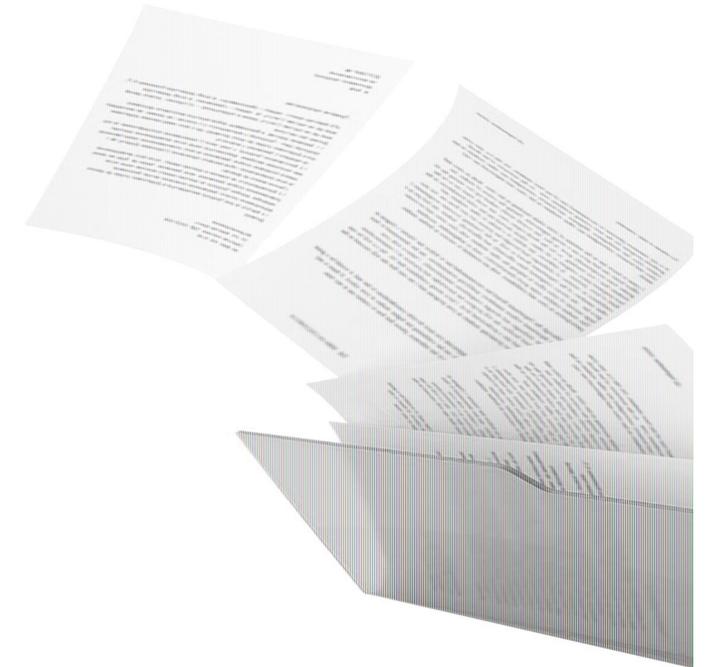


Дополнительными или поддерживающими услугами являются услуги, придающие основной услуге дополнительную выгоду и помогающие отличить данную услугу от конкурирующих с ней.

• Это услуги содовой, компьютерной, телеграфной и видео связей, обеспечение свежей прессой и журналами, предметами личной гигиены, персональным сейфом, охраной, услуги купе-библиотеки, спорт-купе с тренажерами и душем вагон-зала для выступления артистов, вагон-бара с прозрачной крышей и большими витражными окнами, вагон-зала для заседаний и т. д.



запросов платежеспособной части населения в предоставлении основных, сопутствующих и дополнительных видов товаров и услуг, расширение диапазона услуг и повышение качества транспортного обслуживания, оперативное взаимодействие с СЦ других железных дорог с целью наиболее полного



СЦ являются достаточно молодой структурой, конкурирующей с государственными и негосударственными железнодорожными и нежелезнодорожными структурами по обслуживанию пассажиров и населения в целом.

СЦ должен координировать и объединять возможности железнодорожного и других видов транспорта, городских предприятий и коммерческих структур с целью создания и оказания пассажирам комплекса сервисных услуг на логистической основе.



Вокзальные комплексы крупных железнодорожных узлов ежедневно обслуживают десятки тысяч пассажиров.



Сервисным центрам конкурировать с четко отлаженной вокзальной системой обслуживания в реализации традиционных услуг в силу ряда причин сложно, поэтому СЦ по мере укрепления своей материальной базы постепенно переключаются на создание и продажу новых услуг, которые не оказываются вокзальными службами.



Сегодня вокзальный комплекс и каждый его цех необходимо рассматривать как две системы обслуживания:

одна - для массового потока пассажиров с преобладанием строго определенных стандартных операций;

вторая - для небольшого потока пассажиров с преобладанием индивидуальных операций.

Для реализации своих функций СЦ должен иметь в вокзальном комплексе:

- один (два) объединенный зал комплексного обслуживания пассажиров:
- по бронированию, продаже и доставке билетов клиентам; по организации оформления, хранения и доставки багажа (ручной клади);
- оказанию услуг в размещении;
- обеспечению трансфера, проката автотранспорта;
- справочно-информационной работе, туристско-экскурсионному обслуживанию;
- обеспечению мобильной сотовой связью, почтово-телеграфными услугами, обмена валюты, компьютерными, полиграфическими и фотоуслугами;
- зал отдыха повышенной комфортности с баром (буфетом), оснащенный видеосистемой;
- зал обслуживания корпоративных клиентов;
- помещение для административно-управленческого персонала с отдельной комнатой для психологической разгрузки сотрудников СЦ;
- помещение для хранения багажа и ручной клади;
- санитарно-гигиенический комплекс;
- площадку для стоянки автотранспорта.

Ключевой проблемой сервисного обслуживания пассажиров является организация продажи билетов.

С развитием системы передачи данных на транспорте и внедрением новой автоматизированной системы «Экспресс-3» представляется возможность восстановить чрезвычайно удобную и очень распространенную услугу продажи билетов через Интернет



**В туристской сфере
СЦ формирует
зарубежные и
внутренние туры,
разрабатывает
туристские
программы с
участием
железнодорожного
транспорта,
оказывает услуги по
оформлению виз и
загранпаспортов.**



Сервисное обслуживание пассажиров в поездах дальнего сообщения призвано обеспечить комфортные условия их перевозки в пути следования. Комфортность перевозки складывается из удобного расписания отправления и прибытия, нужной категории и технического оснащения вагона, поезда, из комплекса оказываемых услуг и работы обслуживающего персонала.



Пересадка массовых пассажиров должна, по возможности, осуществляться в светлое время суток и сопровождаться сервисным обслуживанием силами специальных дежурных, помогающих при посадке, высадке и пересадке, дающих простые справки и оказывающие другие услуги; носильщиков, перевозящих багаж и личные вещи и предоставляющих тележки для самостоятельной перевозки багажа; менеджеров СЦ по организации продаж трансфера.



Обеспечение высокого уровня безопасности на железнодорожном транспорте в настоящее время является одной из первостепенных задач и государства, и организаций, ответственных за железнодорожные перевозки.

БЕРЕГИ СВОЮ ЖИЗНЬ!

**НЕ ПЕРЕХОДИ ПУТЬ ПЕРЕД
ПРИБЛИЖАЮЩИМСЯ
ПОЕЗДОМ!**



**НЕ ОСТАВЛЯЙТЕ
ДЕТЕЙ
БЕЗ ПРИСМОТРА!
ОПАСНО!**

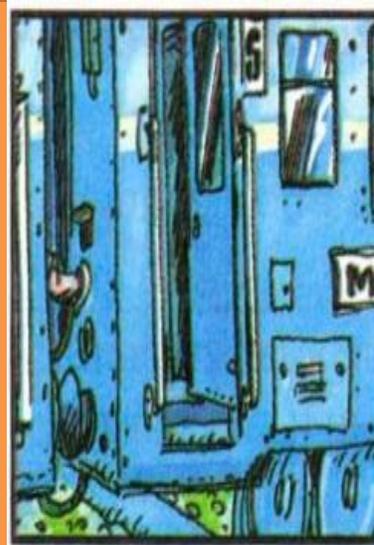
**СТОЯТЬ БЛИЗКО
К КРАЮ ПЛАТФОРМЫ**

**НЕ ПРЫГАЙТЕ
С ПЛАТФОРМЫ!**



ОПАСНО!

Безопасность движения на железнодорожном транспорте — это комплекс организационно-технических мер, направленных на снижение вероятности возникновения фактов угрозы жизни и здоровью пассажиров, сохранности перевозимых грузов, сохранности объектов инфраструктуры и подвижного состава железнодорожного транспорта, экологической безопасности окружающей среды.



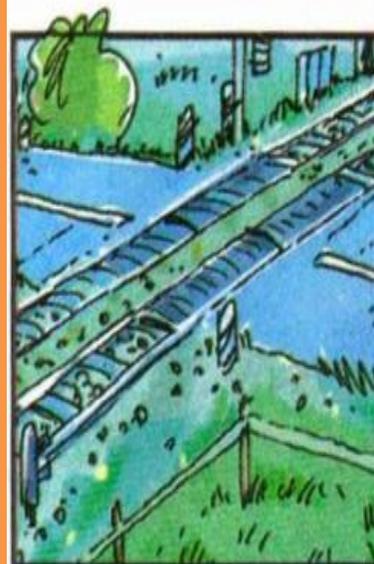
Вагоны и поезда



Железнодорожные вокзалы



Железнодорожные пути



Железнодорожные переезды



Посадочные платформы

Проблема безопасности является комплексной проблемой. Ее можно разделить на несколько составляющих:

- ▶ **- технологическая безопасность - безопасность основных технологических процессов железнодорожного транспорта (сюда можно отнести движение поездов, погрузку вагонов, маневровые работы)**
- ▶ **- промышленная безопасность объектов железнодорожного транспорта. Здесь речь идет о правильном использовании грузоподъемных механизмов, о транспортировке огнеопасных веществ, сжатых газов и т.п.;**
- ▶ **- безопасность труда работников железнодорожного транспорта.**
- ▶ **- экологическая безопасность железнодорожного транспорта, который в процессе своей деятельности оказывает экологическое воздействие на окружающую среду.**

Спасибо за внимание.