

ВОСПРИЯТИЕ И ОЦЕНКА Пассажирами КАЧЕСТВА УСЛУГ, ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ МАРШРУТНЫМИ ТАКСИ Г. Н. НОВГОРОДА

Н.Г. Воскресенская

В работе анализируется влияние различных аспектов транспортного обслуживания на оценку пассажирами качества услуг маршрутных такси. Выявлена статистически значимая зависимость оценивания качества обслуживания как от элементов обстановки салонов автобусов, так и от характера взаимодействия между пассажирами и работниками маршрутных такси. Обнаружено влияние на оценки возрастных отличий и негативных стереотипов пассажиров по отношению к качеству обслуживания в общественном транспорте.

Проблемам, связанным с пассажирскими перевозками, всегда уделялось большое внимание как со стороны органов власти и общественности, так и со стороны практических психологов, специализирующихся в данной отрасли. Вместе с тем эти интересы ограничивались проблемами безопасности движения и профессионализма водителя [2, 3, 8, 10, 12].

В настоящее время в сфере общественного транспорта наблюдаются качественные изменения, связанные с ростом конкуренции в данном виде деятельности. Это ведет к тому, что ряд владельцев транспортных средств вынуждены придумывать способы привлечения пассажиров в свой транспорт (снижение оплаты проезда, проведение лотерей по номерам билетов). Это позволяет надеяться, что сфера общественного транспорта приобретет черты, характерные для современных организационных структур, специализирующихся на предоставлении услуг населению, а именно ориентацию на поведение потребителя.

Исследования поведения людей, как потребителей товаров и услуг, находятся на стыке таких наук о человеке и обществе, как психология, социология, экономика. Основанием для проведения данных исследований с прикладной точки зрения служит поиск рычагов воздействия на поведение потребителей с целью укрепления позиций на рынке. Подобного рода исследования практически не проводились в сфере общественного транспорта, и лишь в последние годы появились работы, связанные с формированием позитивного имиджа пассажирского транспорта. Так, Е.Б. Моргунов [7, с. 307], отмечая некоторый консерватизм в восприятии пассажирами изменений в сфере общественного транспорта (феномен «когнитивной инерции»), выделяет общие и индивидуальные аспекты транспортного обслуживания, оказывающие влияние на субъективное восприятие транспорта в общественном мнении. К общим аспектам относятся: интервалы движения транспорта, заполненность салона пассажирами, безопасность, скорость движения транспортного средства, чистота салонов и остановок, цена билетов, техническое состояние транспортного средства, наличие дополнительных услуг, условия покупки билетов. Среди индивидуальных аспектов: ежедневное время в пути, число пересадок, возраст и пол пассажиров. Это те факторы, под влиянием которых формируются установки пассажиров, во многом определяющие их поведение по отношению к общественному транспорту.

В своем исследовании мы ограничились изучением непосредственного восприятия пассажирами конкретного маршрутного такси и формирования на основе данного восприятия оценки качества услуг, предоставляемых работниками

этого транспортного средства. При этом мы опирались на теорию иерархической структуры диспозиций личности В.А. Ядова [1, 13, 14], где говорится, что предрасположенность индивида воспринимать и оценивать условия деятельности, самого себя, действия других зафиксирована в его социальном опыте. Согласно этой концепции, выделяются различные состояния и уровни данной предрасположенности и поведенческих готовностей, направляющих деятельность индивида, поэтому восприятие и оценку пассажирами качества услуг маршрутных такси следует рассматривать на 3 уровнях.

Первый уровень – элементарные фиксированные установки, формирующиеся на основе витальных потребностей, в простейших ситуациях. Они лишены модальности (переживаний «за» или «против»), как правило, неосознаваемы, лежат в основе осмысления человеком собственного поведения [13]. Обстановка в автобусе, под которой мы будем понимать оформление салона шторками, игрушками, плакатами, письменными обращениями работников конкретного автобуса к пассажирам, а также звучащая в салоне музыка, является той простейшей ситуацией, на которой базируется восприятие и оценка пассажиром качества услуг.

На отношение пассажиров к предоставляемым услугам будут также влиять характер взаимоотношений между работниками общественного транспорта и пассажирами. Здесь регуляция поведения будет осуществляться на уровне социальных установок (аттитюдов). Так, наличие агрессии или доброжелательности со стороны работников маршрутного такси, несомненно, приведет к отрицательному или положительному восприятию качества услуг конкретного транспортного средства [5].

На восприятие и оценку будут также оказывать влияние возраст и пол пассажиров, а также господствующее в обществе мнение относительно качества услуг в сфере общественного транспорта (уровень ценностных ориентаций) [7].

Осенью 2004 г. было проведено исследование, **цель** которого – изучение аспектов транспортного обслуживания, влияющих на формирование у пассажиров положительного восприятия и оценки качества услуг, предоставляемых маршрутными такси г. Н. Новгорода.

Задачи исследования

1. Изучение влияния следующих аспектов транспортного обслуживания на восприятие и оценку пассажирами качества услуг:

- общие аспекты, касающиеся элементов обстановки салонов и характера взаимодействия работников общественного транспорта с пассажирами;
- индивидуальные аспекты: половые и возрастные характеристики пассажиров.

2. Выделение элементов обстановки салона автобуса, оказывающих положительное и отрицательное воздействие на восприятие и оценку пассажиров качества транспортного обслуживания.

Рабочие гипотезы исследования

- восприятие и оценка пассажирами качества услуг, предоставляемых конкретным маршрутным такси, складываются из неосознаваемых фиксированных установок, под воздействием обстановки в автобусе, а также из социально-фиксированных установок, выстраивающихся в ходе взаимодействия с работниками общественного транспорта;

– восприятие и оценка пассажиров будет также определяться их половозрастными характеристиками.

Процедура и методы исследования

Студенты 2-го курса дневного отделения «Психология» ФСН ННГУ им. Н.И. Лобачевского опросили 327 пассажиров в 64 маршрутных такси Нижнего Новгорода. Студенты заходили в автобус и раздавали пассажирам анкеты с просьбой оценить поведение кондуктора и чистоту автобуса по шестибалльным шкалам, где +3 – максимально положительный балл (поведение кондуктора «доброжелательное и приветливое», а в салоне «очень чисто»), а -3 – максимально отрицательный балл (поведение кондуктора «грубое и агрессивное», а в салоне «очень грязно»). При разработке данной методики мы не включили в анкету вопрос, связанный с оценкой работы водителя, так как он, как правило, не находится в поле зрения пассажиров, и такая оценка не соответствовала бы реально воспринимаемой пассажирами обстановке в салоне. Кроме того, в данной анкете опрашиваемые указывали свой пол и возрастную группу (младше 25 лет, 25–34, 35–44, 45–54, 55 и старше).

Во время проведения опроса студенты фиксировали обстановку в автобусе по специально разработанной методике наблюдения. В ней выделялись следующие шкалы:

1. Поведение кондуктора при взаимодействии с пассажирами. Так, если кондуктор был приветлив, использовал в своем лексиконе слова «извините», «спасибо», «пожалуйста», то такое поведение считалось «доброжелательным». «Агрессивное» поведение – это грубость, оскорбления кондуктором пассажиров. В нашем исследовании все конфликты между кондуктором и пассажирами были связаны со скоростью и формой оплаты проезда входящими людьми. «Нейтральное» поведение – поведение кондуктора без экстремальных проявлений (в положительную или отрицательную стороны). В этом случае наблюдатели не отмечали каких-либо вербальных или невербальных проявлений отношения кондуктора к пассажирам.

2. Интерьер салона: характер неофициальных обращений работников транспорта к пассажирам (от шутливо-доброжелательных до грубых); наличие штор, плакатов и игрушек.

3. Музыкальное сопровождение: громкость (от «очень громко» до отсутствия музыки) и жанр (поп-, рок-музыка, шансон, другое).

Опрос проходил в сухой осенний день с 14.00 до 14.30, т.е. в салонах автобусов было относительно чисто и большого скопления пассажиров не наблюдалось. Бланки наблюдения заполнялись студентами сразу по выходе из автобуса.

Обработка результатов исследования проводилась с помощью статистического пакета SPSS11.5.

Результаты исследования и их анализ

Исследование показало, что пассажиры чаще давали нейтральные оценки поведению кондукторов и чистоте салонов, причем положительных оценок было больше, чем отрицательных. Так, при оценках поведения кондуктора было зарегистрировано 72,8% положительных ответов, причем 46,5% пассажиров дали положительные ответы, близкие к нейтральной оценке: «Поведение кондуктора скорее приветливое, чем неприветливое». При оценке чистоты салона процент положительных ответов был несколько ниже: 67,4%

положительных ответов, при этом 36,4% – положительные ответы, близкие к нейтральной оценке, т.е. в «салоне скорее чисто, чем грязно» (рис. 1). Вместе с тем оценки поведения и чистоты находятся в тесной корреляционной зависимости ($p < 0,01$ по Спирмену).

Сами наблюдатели несколько иначе оценивали поведение кондукторов. Доброжелательным было признано поведение 5 кондукторов, что соответствует 8% кондукторов вместо 26,3% согласно опросам пассажиров, агрессивным – 3 (т.е. 5% кондукторов вместо 8,5%), в двух автобусах кондуктора не было. Такое расхождение обусловлено следующими факторами. Во-первых, наблюдатели руководствовались достаточно жесткими критериями оценки, вместе с тем пассажиры, не избалованные культурой обслуживания в общественном транспорте, были склонны положительно оценивать любое поведение кондуктора, где не встречалось открытое проявление грубости. Во-вторых, пассажиры оценивали работу кондуктора даже в том случае, когда кондуктора в салоне не было. В этом случае оценка основывалась не на восприятии, а на представлении пассажира о воображаемом образе кондуктора [11]. В-третьих, оценки пассажиров во многом зависели от их возрастной группы.

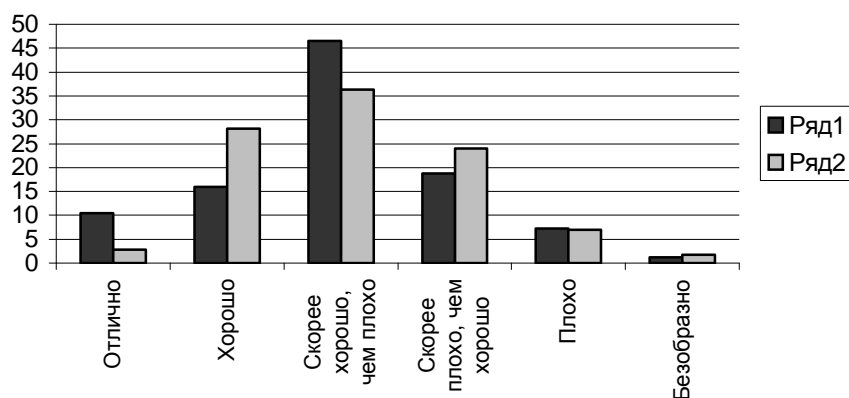


Рис. 1. Оценка пассажирами качества услуг в маршрутном такси в процентах: ряд 1 – поведение кондуктора; ряд 2 – чистота салона

Вместе с тем результаты исследования показывают, что пассажиры давали более высокие оценки поведению кондуктора, если наблюдатели отмечали доброжелательное отношение кондуктора к пассажирам. В этом случае средние оценки пассажиров поведению кондуктора возрастали с 0,67 (при нейтральной модели поведения кондуктора) до 1,30 и эти изменения были статистически значимы ($p < 0,016$ по U-тесту Манна и Уитни). Влияния половых отличий пассажиров на характер распределения ответов при этом не обнаружено.

Интересным оказалось распределение оценок поведения кондуктора среди пассажиров разных возрастных групп, когда кондуктор в салоне либо отсутствовал, либо вел себя недоброжелательно по отношению к пассажирам (рис. 2).

При отсутствии в салоне кондуктора пассажиры начинают оценивать работу кондуктора «вообще», то есть пассажиры демонстрируют свои стереотипы по

отношению к кондукторам (никто из пассажиров не отказался оценить работу кондуктора, ссылаясь на его отсутствие в данном автобусе). По распределению оценок можно видеть (рис. 2), что оценки большинства пассажиров воображаемому кондуктору более низкие чем оценки сделанные ими реальному кондуктору, поведение которого наблюдатели охарактеризовали как грубое и агрессивное. Такой феномен может говорить о влиянии на оценки пассажиров как собственного опыта, так и общественного мнения, связанных как с негативным опытом пользования общественным транспортом в прошлые годы (с длительными ожиданиями автобусов, практически постоянными «давками» и т.д.), так и с серьезными недостатками в сфере пассажирских перевозок в настоящем.

Обращает на себя внимание тот факт, что только пассажиры 35–54 лет свои оценки выстраивают в зависимости от того, насколько кондуктор приветлив или агрессивен по отношению к пассажирам, т.е. можно предположить, что данная категория пассажиров при экстремальных моделях поведения кондуктора склонна идентифицировать себя с пассажирами, участвующими в непосредственном взаимодействии с кондуктором. Нарушение общепринятых норм поведения со стороны кондуктора приводит к негативным оценкам не только поведения кондуктора, но и чистоты в салоне автобуса.

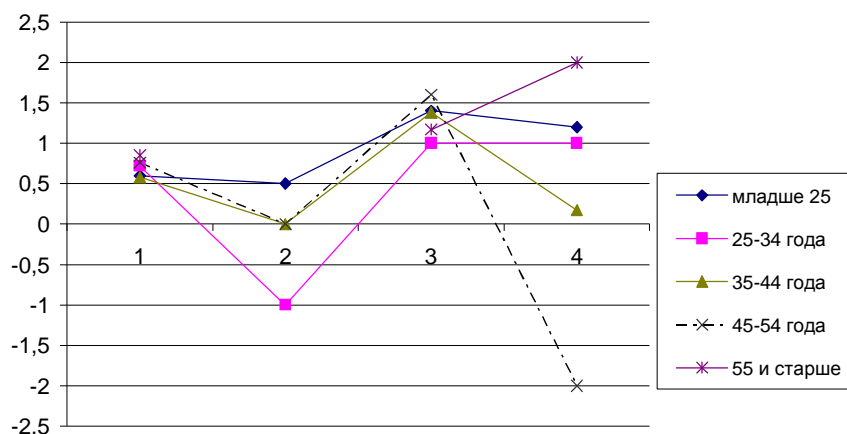


Рис. 2. Влияние возраста пассажиров на оценку поведения кондуктора при демонстрации кондуктором разных моделей поведения (1 – нейтральное; 2 – кондуктора в салоне не было; 3 – доброжелательное; 4 – агрессивное)

В то же время оценки пассажиров младших возрастных групп (младше 25 и от 25 до 34 лет) не зависят от агрессивности или доброжелательности кондуктора по отношению к другим пассажирам, их позиция носит выраженный эгоцентрический характер: «Меня не трогают – и ладно». Вместе с тем при доброжелательности кондуктора по отношению к другим пассажирам наблюдается тенденция более высоко оценивать чистоту салона, чем при нейтральных моделях поведения кондуктора ($p = 0,06$ по U-тесту Манна и Уитни).

Пассажиры в возрасте старше 55 лет агрессивные модели поведения кондуктора оценивают более высоко, чем доброжелательные. Вместе с тем численность выборки не позволяет делать какие-либо выводы относительно

причин такого поведения, необходимы более глубокие исследования в данном направлении.

Для нас представляло интерес определить, как влияют на оценки пассажиров разные элементы обстановки автобуса, при условии, что кондуктор не демонстрирует доброжелательные или агрессивные модели поведения. В этом случае, согласно диспозиционной модели, оценки пассажиров будут находиться в неосознаваемой пассажирами зависимости от оформления салона.

Анализ данных показал, что в случае когда салон не переполнен (у всех пассажиров есть возможность сесть), а поведение кондуктора наблюдатели оценивают как нейтральное, оценка пассажирами качества услуг, предоставляемых маршрутным такси, будет зависеть от следующих показателей.

Оформление салона. Н-тест Крускала и Уоллиса показал, что оформление салона оказывало статистически значимое воздействие на характер распределения ответов пассажиров (табл. 1).

Оценки, как поведению кондуктора, так и чистоте салона, пассажиров тех автобусов, салоны которых украшены игрушками и занавешены шторками были самыми высокими и статистически значимо отличались от распределения оценок пассажиров автобусов, в которых отсутствовало оформление (табл. 2). Можно предположить, что такое оформление салона делает обстановку салона менее казенной. В ней пассажиры и кондукторы не столь жестко придерживаются данных социальных ролей и в большей степени склонны к взаимопониманию и уступкам.

Таблица 1

Влияние различных факторов на оценку пассажирами поведения кондуктора и чистоты в салоне по Н-тесту Крускала и Уоллиса (– $p < 0,01$, * – $p < 0,05$)**

Наименование факторов	Значимость влияния фактора при оценке поведения	Значимость влияния фактора при оценке чистоты салона
Оформление салона	0,002*	0,001**
Пол	0,078	0,586
Возраст	0,549	0,154
Характер объявлений	0,248	0,115
Музыкальный жанр	0,324	0,468
Громкость музыки	0,262	0,120

Косвенным подтверждением этого может служить тот факт, что все 6 кондукторов, поведение которых наблюдатели оценили как доброжелательное, работали в автобусах, украшенных игрушками и (или) шторками.

Особо хочется отметить влияние плакатов и игрушек с сексуальной символикой (начиная от плакатов с полуобнаженными моделями и заканчивая качающимися на лобовом стекле водителя всевозможными фигурками сексуального содержания). Наличие в оформлении салона аксессуаров сексуальной направленности приводит к значительному снижению оценок чистоты салона у женской выборки ($p = 0,007$ по U-тесту). Это также ведет к увеличению процента экстремальных оценок: у мужчин – как положительных, так и отрицательных, у женщин – отрицательных.

Рис. 3 показывает, что если в оформлении салона отсутствует сексуальная тематика, то женщины и мужчины достаточно близки в своих оценках чистоты салона. Так, среднее значение оценок у мужчин составляет 0,64, а у женщин – 0,63. При наличии в оформлении салона сексуальной тематики мы наблюдаем резкое расхождение в оценках. Среднее значение в оценках у женщин падает до – 0,59, у мужчин оценка снижается незначительно (0,55).

Обнаружена тенденция влияния на оценки пассажиров таких элементов обстановки салона, как письменные обращения работников маршрутного такси к пассажирам и музыкальное сопровождение.

Анализ письменных обращений обнаружил, что наличие в салоне «грубых» объявлений, содержащих нелицеприятные для пассажиров сравнения и угрозы, приводит к снижению средних оценок пассажиров с 0,57 (в салонах, где объявления отсутствуют) до 0,21. Если объявления носят доброжелательный или разъяснительный характер – оценки повышаются до 0,97.

В ходе исследования не было обнаружено значимого влияния жанра исполняемого музыкального произведения на оценки пассажиров. Громкость музыки имела тенденцию оказывать негативное влияние на оценки, прежде всего, чистоты салона: средняя оценка снижается от 0,64 (салона, где музыка не звучит) до 0,22.

Таблица 2

Влияние оформления салона автобуса на оценки пассажиров
 (** – $p < 0,01$, * – $p < 0,05$)

	Численность в группах	Поведение кондуктора			Чистота салона		
		Средн. арифм	Станд. откл.	Н-Тест	Средн. арифм	Станд. откл.	Н-тест
По всей выборке	327						
Оформления нет	105	0,48	1,513	-	0,50	1,374	0,537
Салон оформлен:	222	0,84	1,410	0,038*	0,61	1,484	0,205
Шторки	59	0,93	1,425	0,057	0,80	1,424	0,274
Игрушки	54	1,17	1,145	0,002**	0,76	1,386	0,190
Плакаты	48	0,50	1,429	0,925	0,15	1,637	0,03*
Шторки, игрушки	32	1,25	1,244	0,05*	1,28	1,170	0,604
Игрушки, плакаты ¹	19	0,11	1,663	0,374	0,32	1,455	
Шторки, игрушки, плакаты	10	0,30	1,767	0,767	-0,70	1,252	0,015*

¹ В салонах автобусов, где проходил опрос пассажиров, плакаты и игрушки имели сексуальную символику.

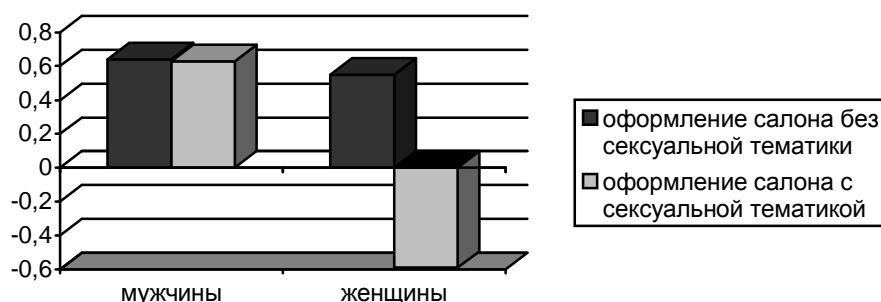


Рис.3. Среднеарифметические оценки чистоты салона мужчинами и женщинами при наличии или отсутствии в оформлении салона сексуальной тематики

Выводы

Исследование показало, что индивидуальные характеристики пассажиров в целом не оказывают значимого влияния на оценки пассажиров поведению кондуктора и чистоте салона. Вместе с тем обнаружена тенденция к разному оцениванию агрессивного поведения кондуктора разными возрастными группами пассажиров. Такие результаты объясняются тем, что для пассажира процесс проезда до точки назначения – ситуация привычная и он не склонен обращать внимание на происходящее в салоне, если это не представляет для него угрозу (в физическом, экономическом, психологическом плане). Агрессивное поведение кондуктора делает оценку пассажира более осознанной. Здесь будут работать как диспозиционная система второго уровня – при непосредственном взаимодействии пассажира с кондуктором, так и диспозиционная система высшего уровня – как готовность воспринимать грубость по отношению к другим пассажирам, как личное оскорбление.

Выявлено, что представления пассажиров о кондукторе более негативны, чем восприятие реально существующего кондуктора. Здесь оценки пассажиров формируются не под воздействием непосредственного восприятия обстановки в салоне автобуса, а под влиянием представлений, в основе которых – негативный опыт пассажирских перевозок в прошлом и серьезные недостатки в работе общественного транспорта в настоящем.

Обнаружены половые различия при оценивании чистоты салона, если в салоне присутствуют плакаты и игрушки сексуальной направленности. Женщины в этом случае чаще дают низкие оценки чистоты салона, у мужчин наблюдается рост экстремальных оценок (как положительных, так и отрицательных).

Анализ общих аспектов транспортного обслуживания показал, что элементы обстановки в салоне, при условии слабой заполненности салона пассажирами и отсутствия экстремальных моделей поведения кондуктора, влияют на оценки пассажирами поведения кондуктора и чистоты в салоне. Так, обнаружено статистически значимое положительное влияние оформления салона шторами и игрушками. Выявлена тенденция к более высоким оценкам при наличии объявлений к пассажирам, носящих доброжелательный и разъяснительный характер. Грубые письменные обращения и громко звучащая музыка, напротив, ведут к снижению оценок. Данные элементы обстановки автобуса оказывают влияние на субъективное восприятие пассажирами чистоты салона и, в

особенности, поведения кондуктора. Они являются реакцией на актуально-предметную ситуацию первого уровня диспозиционной системы.

Данная работа является попыткой рассмотреть проблему качества работы общественного транспорта не с точки зрения безопасности проезда, а с точки зрения удобства и комфорта пассажиров, пользующихся данным транспортным средством. Учет социально-психологических аспектов транспортного обслуживания, как индивидуального, так и общего плана, позволит повысить качество услуг, предоставляемых пассажирам работниками общественного транспорта, обеспечит более лояльное отношение пассажиров к работникам сферы пассажирских перевозок.

Л и т е р а т у р а

1. Белинская Е.П., Тихомандрицкая О.А. Социальная психология личности. Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2001.
2. Воробьева К.И., Федоренко Т.Н. Личностные особенности машинистов локомотивных ДЕПО / Прикладная психология как ресурс социально-экономического развития России // Материалы межрегиональной научно-практической конференции 17–20 ноября 2005 года. – М., 2005 г. – С. 92–94.
3. Леженкина Т.И. «Человеческий фактор» и безопасность движения на железнодорожном транспорте / Прикладная психология как ресурс социально-экономического развития России // Материалы межрегиональной научно-практической конференции 17–20 ноября 2005 года. – М., 2005 г. – С. 251–252.
4. Леонтьев Д.А. Ценностные представления в индивидуальном и групповом сознании: виды, детерминанты и изменения во времени. /[jump.html?mailto:](#) Психол. обозр., № 1, 98.
5. Колосова В.В., Воскресенская Н.Г. Исследование моделей поведения работников общественного транспорта методом наблюдения / Вестник Нижегородского ун-та им. Н.И. Лобачевского. Серия «Социальные науки». Выпуск 1 (3), Н. Новгород, 2004. – С. 36–46.
6. Мельникова О.Т., Ширков Ю.Э., Фоломеева Т.В. Потребительское поведение: теория и действительность / Социальная психология в современном мире: Учебное пособие для вузов / Под ред. Г.М. Андреевой, А.И. Донцова. – М.: Аспект Пресс, 2002. – С. 258–272.
7. Моргунов Е.Б. Феномен «когнитивной инерции» в восприятии городского транспорта / Прикладная психология как ресурс социально-экономического развития России // Материалы межрегиональной научно-практической конференции 17–20 ноября 2005 года. – М., 2005 г. – С. 305–308.
8. Новозенцев В.В. Психофизиология водителя и дорожные условия. – М., 1977.
9. Перспективы социальной психологии / Пер. с англ. – М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2001.
10. Постовалова А.И. Повышение безопасности дорожного движения – как социально-психологическая проблема / Прикладная психология как ресурс социально-экономического развития России // Материалы межрегиональной научно-практической конференции 17–20 ноября 2005 года. – М., 2005 г. – С. 347–348.
11. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии – СПб.: Питер, 2000.

12. Шахриманьян И.К. Психологические проблемы обеспечения безопасности дорожного движения // Психологический журнал, 1982, т. 1, № 5. – С. 131–139.
13. Ядов В.А. Диспозиционная концепция личности / Социальная психология // Под ред. Е.С. Кузьмина, В.Е. Соловьева. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1979. – С. 106–120.
14. Ядов В.А. О диспозиционной регуляции социального поведения личности // Методологические проблемы социальной психологии. – М. 1975.

In article is studding the influence of different aspects of traffics' service on passengers' marks, which they give to the service quality of fixed-route taxi. It was found out the statistic remarkable dependence in mark of service quality as of taxis' interior, as of passengers' and drivers' interactions. It was discovered the influence age-differences and negative stereotypes of passengers to service quality of social traffic.