

«Оценка уровня клиентского сервиса пассажира в Московской агломерации»

Меренков А.О. к.э.н., ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», Москва

Начало XXI века характеризуется изменением уклада экономики, характеризующейся переходом от аналогового формата к цифровому. Основа такого экономического развития в объединении усилий основных групп пользователей: государства, бизнеса, населения. База цифровой экономике заключается в совокупности цифровых профилей клиентов и сервисных платформ. Суть цифрового профиля состоит в индивидуализации потребностей клиента, на основе многофункционального персонифицированного подхода. В этой связи очевидным является догоняющая модель развития транспорта в городах России, которая позволит учесть ошибки предшественников благодаря цифровизации.

Транспорт-фундаментальная система, состоящая из различных элементов, интегрированных в целях оптимального их использования. Городское транспортное планирование должно опираться на multifunctional процессное управление, интегрирующее различные электронные сервисы. Основа клиентского сервиса сегодня-высокая степень индивидуализации обслуживания. Персонификация применима к различным областям жизнедеятельности человека, но особенно важно ее использовать к транспортному обслуживанию человека в современном мегаполисе. Городская транспортная система становится чуткой к запросам пассажира.

Исследуя качество сервиса, необходимо отметить, что потребность клиентуры в услугах транспорта за последнее время претерпела существенную эволюцию. Среди требований новой генерации пользователей такие параметры как скорость обслуживания, широта ассортимента услуг, доступность сервисов, прозрачность системы тарификации, простота оплаты. Данные тезисы подтверждаются результатами опроса, проведенным на базе ФГБОУ ВО «Государственный университет управления». В исследовании приняло участие около ста респондентов в возрасте от 18-24 лет. Анкета была направлена на изучение потребностей пользователей в услугах «новой мобильности» в городе Москва. Респондентам был задан ряд вопросов, направленных на изучение того, что молодая аудитория понимает под качественным транспортным сервисом, как она оценивает существующие сегодня информационные мобильные и традиционные сервисы оповещения, и другие вопросы. Результаты представлены ниже. Изучения мнения данной возрастной категории особенно актуально, ведь анализируемая генерация не только станет экономически активной в краткосрочной перспективе, определит социальный запрос на качественный транспортный сервис, сформулирует вектор развития транспортного комплекса.