

OCENE KVALITETA USLUGE OD STRANE KORISNIKA U VAZDUŠNOM PREVOZU

Aleksandar Ilić, email: aleksandar.ilic@airpink.com

Air Pink, Izvršni direktor

Nenad Kapor, email: nenad.kapor@gmail.com

Megatrend univerzitet, Fakultet za civilno vazduhoplovstvo-FCV, redovni profesor

Tomislav Jovanović, email: toma.jovanovic98@yahoo.com

Dragana Rankov, email: rankov.dragana@yahoo.com

Internacionalni univerzitet Travnik

Borko Popović, email: bpopovic@megatrend.edu.rs

Megatrend univerzitet, Fakultet za civilno vazduhoplovstvo

Sažetak: U ovom radu prikazujemo rezultate eksperimentalnog istraživanja (anketa putnika na odabranoj avio-liniji) sa ciljem ocene faktora od značaja za donošenje odluke o izboru načina prevoza. Centralno mesto zauzimaju analiza karakteristika populacije putnika i njihova percepcija kvaliteta ponuđene usluge načina prevoza koji biraju. Od toga KO putuje i ZAŠTO bira dati način prevoza na datoj relaciji dolazimo do saznanja kako korisnik usluge vrednuje attribute ponuđene usluge, koje opisujemo vektorom: ukupni troškovi putovanja, ukupno vreme putovanja, tačnost i pouzdanost prevoza, pogodnost reda vožnje, mogućnost rezervacije, osećaj bezbednosti, osećaj ukupnog komfora. U radu dajemo prikaz rezultata odgovora 425 ispitanika koji su odabrali odgovarajući let.

Ključne reči: *kvalitet prevozne usluge, modal choice, atributi kvaliteta prevozne usluge*

EVALUATIONS OF THE QUALITY OF SERVICE BY AIR TRANSPORT USERS

Abstract: In this paper, we present the results of experimental research (survey of passengers on the selected flight) with the aim of assessing the factors of importance for making a decision on the choice of a mode of transport. Central to this is the analysis of the characteristics of the passenger population and their perception of the quality of services offered by the mode of transport they choose. From the facts WHO travels and WHY the type of transport on a given route is chosen, we come to know how the service user evaluates the attributes of the offered service, which we describe with an attribute vector: total travel costs, total travel time, transportation accuracy and reliability, timetable convenience, reservations, a sense of security, a sense of complete comfort. The paper presents the results of 425 respondents who chose the appropriate flight.

Keywords: *quality of transport services, modal choice, attributes of transport service quality*

1. UVOD

U ovom radu su prikazani preliminarni rezultati istraživanja, koja su sprovedena u okviru projekta pod radnim naslovom „Satisfakcija putnika vazdušnog prevoza u regionu Zapadnog Balkana“, a koji je izvođen u Istraživačko-razvojnom centru za vazdušni saobraćaj-IRCV Fakulteta za civilno vazduhoplovstvo Megatrend univerziteta u Beogradu u saradnji sa

aviokompanijom Air Pink, godine 2019. Covid-19 pandemija prekinula je započete aktivnosti na razvoju ovog ambicioznog projekta, pa se u ovom radu prezentuje deo postignutih rezultata. Za potrebe ovog istraživanja organizovana je i sprovedena anketa manjeg obima među putnicima vazdušnog saobraćaja radi utvrđivanja reagovanja populacije korisnika na pojedine attribute kvaliteta ponuđene usluge vazdušnog saobraćaja, čije rezultate objavljujemo. Istraživanje je obavljeno u jednoj nedelji, u mesecu aprilu 2019. godine na međunarodnim letovima Air Serbia, Montenegro Airlines i Air Pink na manjem uzorku od 325 ispitanika. Ne upuštajući se u pitanja relevantnosti veličine uzorka u statističkom smislu, samtramo da su ovako dobijeni rezultati dovoljno dobri da bi mogli biti dobar putokaz za nastavak narednih istraživačkih koraka. Na prostoru Zapadnog Balkana, odnosno Ex-Yu prostoru, godine 1984. slično istraživanje bilo je obavljeno u Sloveniji u okviru URP: Zračni promet, letališka dejavnost in žičnice [1].

Glavna odlika sistema vazdušnog saobraćaja je njegov planetarni karakter. Tako i istraživanja na području utvrđivanja (ne)zadovoljstva korisnika-putnika u svim segmentima sistema, odnosno putovanja (dolazak na/ odlazak sa aerodroma, opsluživanje u primarnim delovima putničkog terminala, ponuda usluga u sekundarnim delovima, informisanost, lakoća orijentacije i korišćenja pojedinih usluga..., mogućnost korišćenja mobilnih uređaja...) prisutno u vidu permanentnog procesa utvrđivanja očekivanja koje putnik ima („*customer expectations*“), stepen zadovoljenja očekivanog („*customer satisfaction*“) i analizu razlike koji se pojavljuje („*customer satisfaction gap*“) [2]. Takođe, IATA, ICAO međunarodne organizacije vazdušnog saobraćaja i druge kompanije i korporacije vrše periodična istraživanja vezana za, generalno rečeno, kvalitet usluge u vazdušnom saobraćaju. Posebna pažnja se posvećuje upotrebi novih tehnologija pri izvođenju anketa, kao i to, da je raspoloživost upotrebe IT unutar sistema vazdušnog saobraćaja jedna od osnovnih komponenti kvaliteta usluge (SITA, 2015) [3].

Pored teorijskog dela pručavanja problema i relevantne literature, fokus je dat na izradi anketnog upitnika, njegovoj distribuciji putem „*putnika-agenta*“ i prihvatanju odgovora- što je početak analize logičnosti odgovora u analizi rezultata.

2. OPIS PROBLEMA I CILJ ISTRAŽIVANJA

Svakom prevozniku, bilo o kome načinu prevoza da je reč, je od krucijalne važnosti da utvrdi koji su to faktori od uticaja na izbor baš njegove alternative prevoza (od strane putnika). Između putnika i transportnog sistema postoji povezanost. Putnikom „upravlja“ potreba za obavljanjem određene aktivnosti, a od transportnog sistema se očekuje da omogući obavljanja iste. Ponuda transportnog sistema stvara mogućnost izbora određene alternative prevoza, a za koju će se alternativu poptencijalni putnik opredeliti, zavisi od mnogo faktora, koje možemo formulisati na sledeći način: obeležja putnika i njihove preference, njihova raspoloživa sredstva i vreme („dva budžeta“), stanja transportnog sistema (ponude) u datom intervalu vremena. U našem slučaju, reč je o putnicima koji su se već opredelili za datu alternativu-vazdušni prevoz. Iz tog razloga, postavimo osnovno pitanje: *Koji su to razlozi koji su naveli putnika da odabere baš taj način, odnosno koji je to skup kriterijuma kojima se svesno-nesvesno rukovodi čovek pri izboru date alternative prevoza?* Osnovu za pokušaj dobijanja odgovora čini osmišljena i izvedena anketa unutar populacije putnika (disagregirani pristup).

3. ANKETNI UPITNIK

Sastavljanje anketnog upitnika sastojalo se iz nekoliko faza-koraka:

1. Faza definisanja globalnog upitnika u duhu ciljeva istraživanja
2. Definisanje strukture upitnika po grupama pitanja na koja će putnik odgovarati
3. Definisanje grupa pitanja koja su pojedinačno pojmovno jasna sa jednoznačnim značenjem
4. Testiranje jasnosti-praćenje odgovora na pitanja iz upitnika od strane osoba koje u projektu nisu učestvovala
5. Testiranje upitnika na uzorku odabrane grupe ispitanika-istraživača sa ciljem dobijanja potvrde jasnosti postavljenih pitanja „običnim“ ljudima
6. Izbor načina izvođenja ankete, izbor mesta i perioda vremena
7. Testiranje organizacije izvođenja ankete

Po strukturi pitanja, razlikujemo sledeće grupe:

a) **Karakteristike populacije**

- *Namena putovanja*: poslovno, privatno, odlazak na odmor
- *Iskustvo sa putovanja*: broj putovanja u prošloj godini
- *Obrazovanje*: visoko, više, srednje, osnovno
- *Dohodak po članu domaćinstva*

b) **Set kriterijuma za rangiranje prema stepenu važnosti pri izboru alternative prevoza**

Ponuden je set od sedam kriterijuma za koje se smatra da su putnicima bitni za donošenje odluke o izboru načina prevoza sa molbom da ih putnik rangira brojevima od 1 do 7, gde je značenje broja 1-najviši rang, najznačajniji kriterijum, a značenje broja 7-najniži rang po značenju kriterijuma. Smatrali smo da je ovo maksimalni broj kriterijuma koje jedan čovek može uzeti u razmatranje u procesu donošenja odluke ovog tipa. Ponudeni su sledeći kriterijumi: *ukupni trošak putovanja, ukupno vreme putovanja, tačnost i pouzdanost prevoza, pogodnost reda letenja, mogućnost rezervacije mesta, osećaj bezbednosti i osećaj ukupnog komfora*. U nastavku dajemo pregled rezultata obrade anketnog materijala.

4. ANALIZA REZULTATA

Ukupan broj obrađenih anketnih upitnika, koji su pravilno popunjeni bio je 325, što je 65% od ukupno distribuiranih (500). Ovim se pokazalo da je metod distribucije anketnih upitnika putem „putnika-agenta“ vrlo efikasan i relativno jeftin.

4.1 Karakteristike populacije putnika

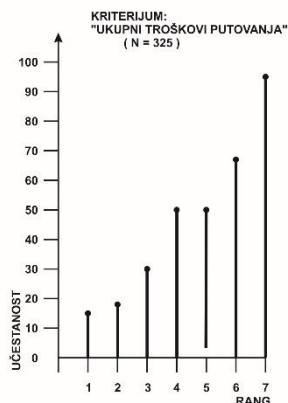
Unutar populacije putnika, dominiraju *poslovna putovanja* u gotovo 90% slučajeva, pa će se i utvrđeni rezultati odnositi na tu kategoriju putovanja (što ne isključuje da se stavovi neće poklopiti i sa drugim kategorijama putnika po nekim elementima). Takođe, u ovoj populaciji (uzorku) dominira *visoko i više obrazovanje* (85%), što je i očekivano sa aspekta namene putovanja. Veliki broj putnika pripada grupi „iskusnih“ putnika, sa obavljenih 10-15 putovanja u prošloj godini. Ne raspolaže se potpunim podacima u pogledu *dohotka po članu domaćinstva*: ili su ljudi to smatrali previše indiskretnim pitanjem, ili to pitanje nije bilo dovoljno jasno postavljeno, jer je zahtevalo određene aritmetičke operacije. Očigledno, je potrebna reformulacija tog pitanja, naročito za populaciju neslužbenih putovanja.

4.2 Set kriterijuma za rangiranje prema stepenu važnosti pri izboru alternative prevoza

Na osnovu dobijenih odgovora, može se zaključiti da su putnici iskazali sposobnost oučavanja važnosti pojedinih atributa kvaliteta prevozne usluge unutar ponuđenog seta kriterijuma, tako

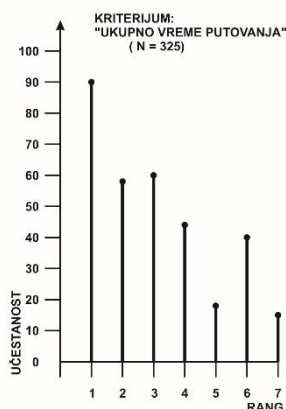
da je otklonjena bojazan istraživača u pogledu sposobnosti pojedinca da po važnosti izrangira sedam pojmova.

4.2.1. Kriterijum „Ukupni troškovi putovanja“



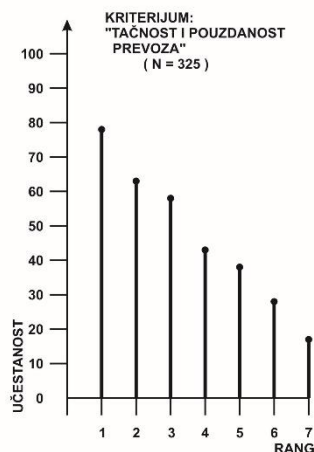
Prikaz analize odgovora dat je na slici 1. Na slici 1 vidimo izrazitu dominaciju najnižeg ranga, što se može objasniti činjenicom da trošak poslovnog putovanja ne snosi direktno putnik, već je on ukalkulisan u trošak poslovanja. (Plaća „neko drugi“). To svakako ne znači da su putnici u vazdušnom prevozu, generalno, neosetljivi na cenu, već je za ovaj segment populacije korisnika, cena marginalnog značaja.

4.2.2. Kriterijum „Ukupno vreme putovanja“



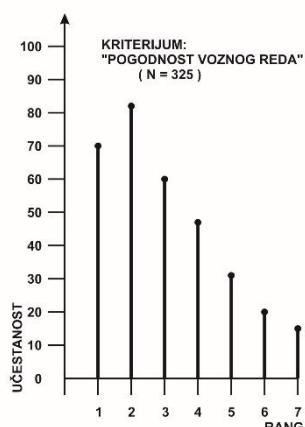
Prikaz analize odgovora dat je na slici 2. Uočava se dominacija frekvencije odgovora prvog ranga, što smatramo logičnim odgovorom. Mada je u poslednjih nekoliko decenija, ispoljen trend obezvređivanja brzine prevoza vazdušnim putem porastom ukupnog vremena putovanja, što je za posledicu imalo promenu strukture linija i otvaranje mogućnosti konkurentnim vidovima prevoza na određenim destinacijama. U našem slučaju, očigledno prevoz vazdušnim putem, i pored povećanja niza vremenskih parametara putovanja, ostaje kao vrlo konkurentan za ovu kategoriju putovanja.

4.2.3. Kriterijum „Tačnost i pouzdanost prevoza“



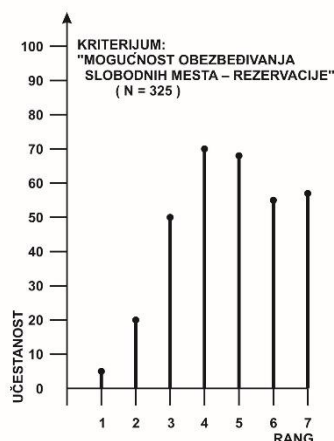
Prikaz rezultata je na slici 3. Jasno se uočava izrazita dominacija frekvencija prvih rangova, što se može pripisati visokoj osetljivosti poslovnih putnika na odstupanja od reda letenja, pa je ova odlika prevoza vrlo bitna za korisnika usluge. Kako je reč o „iskusnim“ putnicima, verovatno su negativna iskustva iz prošlosti (ako ih je bilo) uticala na ovakvo vrednovanje. U poređenju sa prethodnim rezultatima (slika 2), uočavamo viši stepen rezolutnosti pri iskazivanju svog odnosa po ovom kriterijumu. Ovo je naizgled paradoksalno, ali objašnjivo: putnik je već ukalkulisao vreme potrebno za realizaciju svog putovanja kao prihvatljivo, ali je posebno osetljiv na odstupanja, koja mogu imati bez obzira na veličinu izuzetno negativan uticaj, npr. gubitak veza i sl.

4.2.4. Kriterijum „Pogodnost reda letenja“



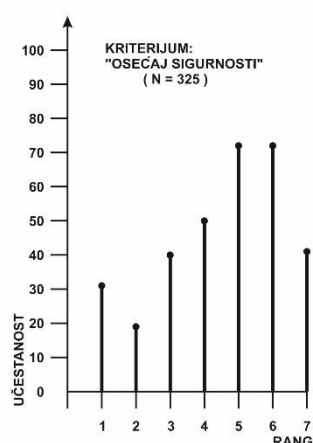
Prikaz rezultata dat je na slici 4. I ovde se uočava *dominacija frekvencija prvih rangova*, što se može smatrati važnim kriterijumom za donošenje odluke o putovanju. U literaturi su poznati pojmovi „*time table convenience*“, ili „*schedule delay*“ : pojmovi koji opredeljuju stepen poklapanja „unutrašnjeg“ (intimnog) reda letenja putnika, tj. onog reda letenja koji bi putniku najviše odgovarao sa ponuđenim, realnim redom letenja. Što je ta razlika manja, odnosno poklapanje veće, time se povećava i privrženost korisnika odabranom načinu prevoza u datom slučaju.

4.2.5. Kriterijum „Mogućnost rezervacije mesta“



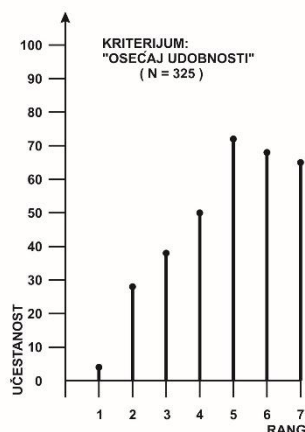
Prikaz rezultata je dat na slici 5. Ovde *dominiraju frekvencije nižih rangova*, što se može objasniti činjenicom da poslovni putnik nije suočen sa problemom rezervacije mesta, već to čini neko drugi. To najmanje znači da taj problem ne postoji, naročito na izrazito frekventnim destinacijama u pojedinim danima visoke tražnje za prevozom. Smatra se da se poslovna putovanja planiraju, pa se i rezervacije obavljaju pravovremeno.

4.2.6. Kriterijum „Osećaj bezbednosti“



Percepcija bezbednosti od strane korisnika data je na slici 6. Iz raspodele frekvencija rangova, teško je doneti ubedljiv zaključak, iako je taj kriterijum po važnosti sverstan na 5. i 6. mesto. To najmanje znači da ova komponenta usluge nije bitna, već se može smatrati da putnici imaju puno poverenje u sistem s aspekta bezbednosti, pa o tome i ne razmišljaju. Takođe, može se rezultat protumačiti i na sledeći način: ko se boji leta avionom, nema ga među pripadnicima ove populacije putnika.

4.2.7. Kriterijum „Osećaj ukupnog komfora“



Percepcija ukupnog komfora data je na slici 7. Dominiraju frekvencije rangova manjeg značaja, što se ne sme tumačiti kao nebitan kriterijum. Moguće su dve stvari: ili je komfor sveukupni na vrlo prihvatljivom nivou, tako da se o njemu eksplicitno ne razmišlja, ili je pitanje pojmovno neprecizno formulisano. Verovatno bi trebalo razmisliti o reformulaciji i/ili dekompoziciji pojma na više elemenata kako bi vrednovanje bilo moguće.

5. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

U prikazanom radu prikazani su preliminarni rezultati dela istraživanja na započetom projektu „Satisfakcija putnika vazdušnog prevoza u regionu Zapadnog Balkana“. Zbog neizvesnosti nastavljanja istraživanja, odlučili smo da prezentujemo delimične rezultate, koji su preliminarnog karaktera. Prikazani su rezultati izvedene ankete manjeg obima među putnicima vazdušnog prevoza. Bez obzira na veličinu uzorka, možemo konstatovati da je kriterijum koji sadrži komponentu „vreme“ (eksplicitno i implicitno) presudnog karaktera za izbor načina prevoza vazdušnim putem za populaciju poslovnih putnika. Ovo je poznata činjenica, udžbeničkog karaktera, moglo bi se reći. Međutim, o kakvom atributu vremena je reč? Vidimo, da su mnogo prepoznatljivije komponente vremena implicitno iskazane kroz „Tačnost i pouzdanost prevoza“ i „Pogodnost reda letenja“ od komponente „Ukupno vreme putovanja“ za koju se smatra da osnovna karakteristika vazdušnog prevoza, koja, ukoliko se prenebregnu pomenute prethodne dve komponente, može izgubiti na značaju kao prednost u odnosu na druge vidove prevoza. Ova konstatacija dodatno dobija na značaju pri razvoju određenih modela za ocenu broja putovanja nekim vidom prevoza (generacijsko-distributivni, modal-split kao posledica modal-choice-a i dr.) gde se kao nezavisna promenljiva uzima vremenska komponenta. Smatramo korisnim nastavljanje ovih istraživanja. Imamo ohrabrujuće preliminarne rezultate i ocene, imamo iskustva i saznanja šta bi trebalo izmeniti, popraviti, reformulisati. Posebno bi se trebalo fokusirati, po našem mišljenju, na dekompoziciju sistema vazdušnog saobraćaja shodno procesu opsluživanja putnika u međunarodnom saobraćaju (dostupnost aerodroma, procesiranje putnika u odlasku na punktovima opsluge, korišćenje „slobodnog vremena“...) i tu vršiti merenja performansi sistema sa aspekta kvaliteta pružene usluge. Dobijeni rezultati bi trebalo da budu kompatibilni i primerljivi sa postojećim sistemima istraživanja na ovom području u svetu.

Literatura:

- [1] Jovanović T., Janić M.: *Primerjava ravni podane transportne storitve med zračnim in drugimi načini prevoza potnikov na izbranem koridorju*, URP Zračni promet, letališka dejavnost in žičnice, PI-NP-669, Ljubljana, 1984.
- [2] National Academy of Sciences: *Improving the Airport Customer Experience*, ACRP report 157, Washington, TRB 2016.
- [3] SITA and Air Transport World: *The Passenger IT Trends Survey 2015*.