

提高地铁客运服务质量方法研究

张涵

南京地铁运营有限责任公司

DOI: 10.12238/ems.v6i11.9950

[摘要] 本文系统探讨了提高地铁客运服务质量的多方面方法。首先,深入分析了影响服务质量的主要因素,如运营效率、乘车体验和服务品牌等;然后,运用层次分析法(AHP)的理念,构建了一个全面的地铁客运服务质量体系;最后,从行车安全、客运服务、票务管理、设施设备及品牌建立五个方面,提出了一系列具体可行的优化措施。

[关键词] 地铁客运服务;服务质量提升;层次分析法

Research on Methods to Improve the Quality of Subway Passenger Transport Services

Zhang Han

Nanjing Metro Operation Co., Ltd

[Abstract] This article systematically explores various methods to improve the quality of subway passenger services. Firstly, an in-depth analysis was conducted on the main factors that affect service quality, such as operational efficiency, ride experience, and service brand; Then, using the concept of Analytic Hierarchy Process (AHP), a comprehensive subway passenger service quality system was constructed; Finally, a series of specific and feasible optimization measures were proposed from five aspects: driving safety, passenger service, ticketing management, facilities and equipment, and brand establishment.

[Keywords] subway passenger service; Improvement of service quality; Analytic Hierarchy Process

1 影响地铁客运服务质量的主要因素

1.1 地铁运营

地铁的运营关键在于高效的调度与严密的管理制度。以高峰时段为例,合理的列车发车间隔、科学的运营路径安排、及时准确的信息反馈机制,这些因素直接关联到整个地铁网络的运转效率。尤其是在异常情况下,比如技术故障或突发事件时,如何快速响应、最大程度减少对乘客的影响,这一点更体现了运营管理的水平。再比如,通过分析乘客的上下车数据、拥挤度以及行程时间等,运用大数据分析技术,可进一步优化列车的运行间隔和站点的停留时间,实现更加合理的运营策略,提升运营效率,改善乘客的出行体验。

1.2 乘客乘车体验

乘车体验并非单一维度的,它涵盖了乘客从进站到出站的整个过程。我们探讨乘车体验时,不仅要关注硬件设施,比如车辆的舒适度、站台的清洁度等,更要关注软性服务,例如信息的传达、服务人员的素养等。例如,当乘客遇到困难时,如导航不便、购票难等,服务人员的热情帮助与及时解决问题的能力极为关键。同时,如何通过技术手段如移动应用等,提供更多智能化的导航、咨询等服务,也是提升乘客体验的重要环节。在这一基础上,构建一个综合性的、能

够真正满足乘客多层次需求的服务体系,提高他们的出行满意度。

1.3 服务品牌

服务品牌的建设是一个多方面的整合过程,它融合了企业文化、服务理念、外部形象以及乘客的真实感受等多个方面。一方面,地铁公司需要通过高效的运营管理、优质的客户服务来确保乘客的基本出行需求得到满足;另一方面,也需要通过积极的品牌推广、正面的社会形象塑造,强化乘客的品牌认知与忠诚度。例如,在日常运营中,强化员工的服务意识、推行以乘客为中心的服务模式;在社会交流中,通过积极参与社会责任项目、广泛开展品牌推广活动等,不断强化和拓展地铁服务品牌的内涵和外延,从而在乘客心中树立起一个正面、可信赖的品牌形象,促使他们在选择出行方式时更加倾向于地铁。

2 地铁客运服务质量体系构建

2.1 层次分析法(AHP)原理

层次分析法(Analytic Hierarchy Process, AHP)是一种在多准则决策过程中,将复杂的问题分解为更易处理的部分,再综合这些部分得出最终决策的方法。具体而言,AHP首先将一个复杂问题分解为目标、准则和方案三个层次。然

后,通过两两比较的方式,根据一定的判断标准,赋予各因素一个相对的权重。接着,在各个层次中选出最佳的元素,逐层向上,最终得出达到决策目标的方案。特别值得一提的是,AHP不仅能处理定量数据,还能处理定性信息,并且在处理复杂、模糊、非结构化的问题方面具有显著优势。

2.2 基于 AHP 理念构建地铁客运服务质量体系

借鉴 AHP 的理念,地铁客运服务质量体系的构建可从以下几个方面进行。首先是目标层,即要明确通过构建地铁客运服务质量体系追求的目标——优化运营、提升乘客满意度等。接着是准则层,对于地铁服务质量来说,可以包括车辆舒适度、到达准时率、服务人员素质、信息通讯效率等多个维度。每一个维度的重要性将通过 AHP 的两两比较法确定。在最下层的是方案层,例如在提升“车辆舒适度”这一准则下,方案层可以包括“升级车辆硬件”、“调整车内环境”等具体措施。通过权重分配和实施可能性的分析,我们可以找出每个准则下的最优方案。最终,通过各层级的综合比较和分析,明确优先级,形成一个结构明确、层次分明、目标明确的地铁客运服务质量提升体系,为改善和提升地铁客运服务提供科学、系统的决策依据和方向。在实施过程中,还需要不断的收集数据,反馈到体系中,循环迭代优化,确保体系的实效性和前瞻性。

3 提高地铁客运服务质量措施

3.1 行车安全方面

关于行车安全,其深度不仅体现在防止事故的基本层面,而是在于构建一个全方位、立体的安全保障体系。基础上,技术投入是首要任务——如何运用最新的技术如 AI、IoT 等来增强列车自动驾驶、故障自动检测、安全预警等能力,确保列车在各种情况下的安全行驶。其次,安全文化的普及也至关重要。它包括将安全教育渗透到每一个员工的日常工作中、定期进行安全演练、及时反馈安全演练的结果及存在的问题,并迅速采取改进措施。再者,当安全事故发生时,紧急响应机制的启动,及紧急情况下的信息沟通,如何迅速、准确地将信息传达给乘客,也是衡量一个地铁运营体系安全水平的重要标志。

3.2 客运服务方面

在客运服务层面,首要考虑的是乘客的感知和体验。高效、便捷、舒适应该成为服务提供的核心。例如,如何通过提升站台及列车的清洁度、优化站内外导向标识、改进座椅设计等来增强乘客的舒适感。同时,无障碍服务的提供,例如,为残障、老年以及携带大件行李的乘客提供方便,也是衡量一个地铁系统服务水平的重要标准。此外,情感化的服务也不可忽视,例如,服务人员的友善、问候、协助等。在各个服务触点,真实体现“以人为本”的服务理念,做到在每个环节都让乘客感受到关怀和尊重。

3.3 票务管理方面

票务管理的效率和便利性直接影响到乘客的出行体验。在现代化的地铁运营中,应充分利用技术,如电子支付、移

动支付等,减少传统购票途径所需的时间和精力,提供多种支付及验票方式,以满足不同乘客的需求。例如,利用二维码、NFC 等技术实现扫码进出站,采用人脸识别等生物识别技术进一步提高验票效率。同时,需要注重票务政策的合理性和公平性,通过合理的定价、优惠政策,确保不同群体的出行需求得到满足。同时,数据的后端管理也至关重要——如何通过分析票务数据来更精准地把握乘客的出行需求、指导运营决策,从而不断优化票务管理体系和服务。

3.4 设施设备方面

注重设施设备的投入和维护是提高地铁客运服务质量的基石。首要考虑的是设施的完备性与先进性,如何保障硬件设施满足日益增长的运输需求并保持与全球标准的同步。举例来说,轨道、车辆、信号系统等关键组成部分要能够在高频高强度的使用条件下保持稳定可靠的性能。此外,便捷、实用的辅助设施,例如电梯、扶手电梯、休息区、无障碍通道等,也必须始终保持良好运行状态,这不仅涵盖了设施的物理性能,也包括信息的传递、标识的清晰度等软性因素。维护工作同样至关重要,及时发现并排除故障,以及定期的保养、更新换代,确保设施设备始终处于最佳状态,以便为乘客提供最佳的出行体验。

3.5 品牌建立方面

在品牌建立的道路上,首先要树立的是品牌理念,它应当明确、正面,并与公司的核心价值观紧密相连。再者,品牌形象的塑造也极其关键——如何通过视觉、听觉等多种方式,将品牌理念准确传达给目标群体,如何在市场营销、公关活动等方面体现品牌的独特属性与价值。此外,真实可靠的服务质量是品牌建立的根基。所有的承诺必须通过实际的服务得以兑现,所有的品牌形象和理念,最终都要能够在每一个乘客的实际体验中得以体现。在品牌建设的过程中,维护好与乘客的沟通渠道,了解并尊重他们的需求和感受,持续提升服务质量,才能够使品牌在激烈的市场竞争中独树一帜,赢得乘客的真正信赖和支持。

4 结语

在全球城市化进程日益加速的背景下,地铁作为大城市的主要交通工具,其服务质量直接影响着城市形象和居民生活质量。本研究从多个角度出发,提出一套全方位提升地铁客运服务质量的策略与方法,强调了从实际出发,关注乘客体验的重要性。而在实践中,各个运营机构需要根据本文提供的体系和措施,结合自身的具体情况和乘客的真实需求,不断探索和优化服务提升的策略,确保每一个提升措施都能真实、有效地反映到服务的每一个环节中。

【参考文献】

- [1]彭炜.关于提高地铁服务质量的几点建议探讨[J].通讯,2021(32):149-151.
- [2]邓云霞.浅析地铁客运服务在地铁管理系统中的重要性[J].城市建设理论研究(电子版),2019(07):9.