

Érintettek bevonása a fenntartható közösségi közlekedésfejlesztésbe - A service-dominant logic alkalmazása a szolgáltatásinnovációban

Dr. Kelemen-Erdős Anikó

Egyetemi adjunktus, Óbudai Egyetem, Keleti Károly Gazdasági Kar, Gazdaság- és Társadalomtudományi Intézet
kelemen.aniko@kgk.uni-obuda.hu

Dr. Vágási Mária

Egyetemi docens, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Gazdálkodás- és Szervezéstudományi Doktori Iskola
vagasim@eik.bme.hu

Absztrakt: tanulmány a hazai közösségi közlekedés fenntartható fejlesztéshez, innovációjához nyújt olyan kutatási eredményeket, amelyek alátámasztják az érintetti kompetenciák bevonásának igényét, és lehetőségeit. Az igényeket szakirodalmi források alapján, a lehetőséget a marketing szolgáltatás szempontú megközelítése, a service-dominant logic (SDL) koncepció, mint innovációs forrás összefüggérendszerét tárgyalja és modellezi. Célul tűzi ki az iparági érintettek kompetenciáinak azonosítását, stratégiai integrációját szakértői kvalitatív megközelítés alapján. Ennek során úgynevezett informed grounded theory módszertant alkalmazva azonosítja a közös, kölcsönös értékalkotás lehetőségeit, rámutat az érintetti kompetenciák összehangolásának szükségességére. Az empirikus kutatás alapján azonosított modell meghatározza a közösségi közlekedési szolgáltatás iparági szereplőinek, érintettjeinek kompetenciáit, összefüggéseit, melyek inputként, innovációs forrásként szolgálhatnak a kölcsönös értékteremtési folyamatban, hozzájárulva a közösségi közlekedés fenntarthatóságához.

Kulcsszavak: szolgáltatásmarketing, service-dominant logic, informed grounded theory, fenntartható közlekedésfejlesztés, közlekedés stratégia, közösségi közlekedés

1 Bevezetés – a tanulmány koncepciója: a fenntartható innováció és az SDL metszete

A tanulmány célja egy sajátos szolgáltatási terület, a hazai közösségi közlekedés fejlesztés keretében hozzájárulást, alátámasztást nyújtani a fejlesztési koncepció és eszközeinek innovációjához egy olyan modellezéssel, amelyet egyfelől az SDL (service-dominant logic) koncepció alkalmazása, másfelől iparági szakértőkkel folytatott mélyinterjú, kiterjesztett megalapozott elmélet, úgynevezett informed grounded theory alapján történt feldolgozása és értékelése, illetve a kettő ötvözése révén alakítottunk ki.

Megközelítésünkben innovációs forrásnak tekinthető az SDL koncepció, amely elméleti és módszertani szempontból egyaránt hangsúlyt helyez az érintettek és kompetenciáik azonosítására és a közös értékalkotás lehetőségeinek figyelembe vételére, esetünkben a közösségi közlekedési szolgáltatásfejlesztés folyamatára tekintettel. Innovációsforrásnak tekinthetők továbbá a marketingkutatások és ezek módszerei is, esetünkben a célirányos kvalitatív kutatás és annak „informed grounded theory” módszerrel való feldolgozása, amelynek alapján újszerű eredményként értékelhető az érintetti kompetenciák és kapcsolatrendszer modellezése a közös értékalkotás terében.¹

A fenntarthatóság és az innováció napjaink egyre fontosabb fogalmai (Szigeti–Csiszárík-Kocsir, 2014). A tanulmány az innováció fenntarthatósági szempontjait alapvető követelményként kezeli, amelyeket egyfelől szekunder források alapján ágazati szinten értelmezzünk, másfelől az SDL alkalmazása alapján primer kutatásra is támaszkodva, az érintetti kompetenciáknak a közlekedésfejlesztés alapvető feltételeként és kiindulópontjaként. A fenntartható fejlesztést egyrészt a közösségi közlekedés igénybe vételének előmozdítása, másrészt a személyi közlekedés kötőpályás vonalakra terelése szempontjából hangsúlyozzuk. A fenntarthatóság érvényesítése bármely ágazathoz kapcsolódó innovációnak vezérelve, így a közösségi közlekedésfejlesztésnek is jelenkori alapvető követelménye, sarokköve. Mindezek alapján ajánlhatók a tanulmány eredményei a fenntartható közösségi közlekedésfejlesztés alakítóinak figyelmébe stratégiai és gyakorlati döntések kialakításához, országos, regionális, vagy helyi szinten, továbbá a szolgáltatást ellátó vállalati szinten, és az egyes közlekedési módok tekintetében.

Az SDL alapú megközelítés hozzájárul annak a megerősítéséhez, hogy a marketingelmélet és kutatás képes újabb koncepcionális szempontot, illetve empirikus hozzájárulást szolgáltatni az innovációhoz, jelen esetben alátámasztást nyújtani a közszolgáltatás-fejlesztéshez. Ez a koncepció összhangban áll a közösségi személyközlekedési fenntarthatóság kérdéseit kutató nemzetközi és

¹ Kutatásunk korábbi, a III. Vállalkozásfejlesztés kötetben megjelent eredményeinkhez kapcsolódik (Kelemenné–Vágási, 2013a).

hazai szakirodalmi munkák főbb megállapításaival, az EU és a hazai keretű projektek irányultságával. Az SDL ágazati értelmezése a nemzetközi szakirodalomban megjelenő kritikai megjegyzésekre is utal. A tanulmány mindezen felvetések alapján mutat be a hazai feltételekre irányuló empirikus kutatási eredményt, és értelmezést.

2 A közösségi közlekedés fenntarthatósági követelményei és fejlesztési feltételei

A fenntarthatósági követelmények ágazati, illetve szervezeti alkalmazása összetett, úgynevezett hármas (Triple Bottom Line) megközelítésen nyugvó, azaz környezeti, gazdasági/pénzügyi, és társadalmi - feltételek összehangolásával oldható meg (Elkington, 1997, Vágási, 2004, Ransburg–Vágási, 2011). A közlekedési ágazaton belül a közszolgáltatások vizsgálatához hivatkozhatunk Dinya et al. (2004) felfogására, amely alapján a közösségi közlekedés a közüzemi szolgáltatások specifikumai alapján értékelhető, továbbá Hetesi (2013) megközelítésre, amely a nonbusiness szektor definíciós problémáira is rámutat.

A közösségi közlekedés (közforgalmú közlekedés, tömegközlekedés) területéhez tartoznak azok a személyszállítási közlekedési módok és rendszerek, amelyek igénybevételével az egyének nem saját eszközöket/járműveket használnak, hanem a közösségi ellátási igény elve alapján létrehozott tömegközlekedést vesznek igénybe.

A közösségi közlekedés elsődleges feladata, funkciója a távolságok áthidalására irányuló személyes szükséglet kielégítése adott településen belül, helyi viszonylatban (hazánkban jellemzően autóbusz, metró, trolibusz, villamos, helyiérdekű vasút), valamint a települések közötti összeköttetés megteremtése révén helyközi forgalomban (elsősorban vasút, autóbusz), továbbá nemzetközi viszonylatban (légi és egy piaci rést érintően vízi közlekedés).

A szolgáltatás biztosítója alapvetően a tágabb-szűkebb közösséget ellátó szervezet (állam, önkormányzat), illetve képviselője (cége, szerződéses üzleti partnere), továbbá olyan közlekedési vállalatok, amelyek a piacliberalizáció következtében üzleti lehetőséget találhatnak a közösségi közlekedés ellátásában, élve a támogatási feltételek előnyeivel.

A közösségi közlekedési szolgáltatáshoz alapvetően hozzátartozik a nonbusiness szolgáltatás elve, amelynek alapján az igénybevevők nem fedezik a rendszer fenntartásának, illetve a szolgáltatásnak a teljes költségét, abban finanszírozási részt vállal a közösségi érdeket képviselő kormányzati szervezet. Közösségi érdek a közösségi közlekedési rendszer igénybevételének elősegítése, mivel az csökkenti a közutak zsúfoltságát, a környezeti terhelést, szemben a mindezeket növelő

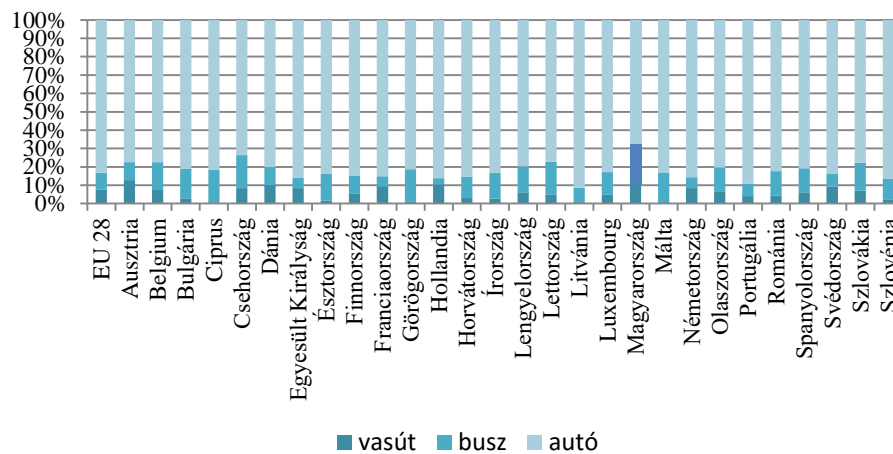
egyéni közlekedési eszközök használatával. Ezek az eszközök utalnak az észlelt fogyasztói hatékonyságra is, mely a fogyasztó azon hiedelmét jelenti, hogy egyéni tevékenységével hozzájárulhat a környezeti problémák megoldásához (Majláth, 2010). A közösségi közlekedés választásával ugyanakkor — szemben az egyéni közlekedéssel — az utasoknak az útvonal és az időpont/menetrend tekintetében alkalmazkodniuk szükséges adott közösség összesített igényeihez, mivel a közlekedés másokkal együtt, megosztott eszköz-, illetve rendszerhasználattal történik. Ez alól csupán a piaci rést képviselő rugalmas közlekedés képez kivételt, amelyre egy-egy példát már hazánkban is találunk. Ez esetben közösségi közlekedés keretében többnyire az utazás időpontját, illetve annak útvonalát a keresletnek megfelelően alakítják ki. Közszolgáltatói feladat a rendszer optimális kialakítása, működtetése, és az utasok igénybevételi hajlandóságának ösztönzése. Részben a fent említettek következtében a közszolgáltatási funkció számos, összetett társadalmi, politikai, gazdasági kérdéssel kapcsolatos, újabbakat is generál, és megoldása hatékony válaszokat igényel a jellemzően forráshiánnyal küszködő ágazatban.

Az összetett szempontrendszer érzékeltetéséhez hivatkozási alapul szolgálhat a személyi szolgáltatásokról szóló 2012. évi XLI. törvény, amely utal a közlekedési rendszert meghatározó feltételrendszerre. Európai Unió keretben elhelyezve a Nemzeti Közlekedésfejlesztési Stratégia a hazai kormányzati törekvéseket tükröző projektek rendszereként nyújt támpontot és lehetőségeket a közösségi közlekedésfejlesztéshez (2012. évi XLI. törvény; Stratégiai Konzorcium, 2013). Egészében, a fentebb említettek mellett a nemzetközi/nemzeti/regionális fejlesztési koncepciók és tervek figyelembe vétele is megjelenik termék- és szolgáltatásfejlesztés, az innovációmarketing tágabban értelmezett témakörében (Jászberényi 2014, Vágási, 2001; Vágási–Piskóti–Buzás, 2006). Mindezek innovációs forrásokat is megjelenítenek.

A közutak növekvő zsúfoltsága, az ebből következő környezeti, társadalmi, egészségügyi ártalmak, csakúgy, mint a kötöttpályás közlekedés infrastrukturális elmaradottsága folyamatosan aktuális témává, jelentős és sürgető problémává teszik a közösségi közlekedés fejlesztését, a fenntarthatóság biztosítását. A közlekedési szektorban is előtérbe került a fenntartható fejlesztésre irányuló törekvéseknek az az alapvető célja, hogy a fogyasztók a tömegközlekedést vegyék igénybe. Ez annak elenére is jelentős kérdés, hogy az Európai Unióban Magyarországon a legmagasabb, 32,5 százalék a tömegközlekedést képező vasúti és a közúti közlekedés részaránya (az adat a 2013. évre vonatkozik, Eurostat, 2016), amelynek mintegy kétharmadát a közúti közlekedés biztosítja (1. ábra).

Az európai tendenciáknak megfelelően várhatóan a hazai tömegközlekedés rövidtávon veszít piaci részesedéséből, majd ezt követően is feltehetően valamivel az EU átlag fölött stagnál (Kelemenné, 2014). A tendenciát alátámasztja a közlekedési módok lakossági preferenciájára irányuló primer kutatás eredménye is (Kelemenné, 2014, Kelemenné–Vágási, 2013b). A Markov előrejelzési módszer alkalmazásával végzett reprezentatív kutatás eredménye alapján rövid és hosszabb

távon a vasúti és az egyéni közlekedés egyaránt veszít piaci részesedéséből, miközben a közúti közforgalmú közlekedés (helyközi autóbusz) általános részarányának kisebb mértékű növekedése várható, a vizsgált létező és folytatódó keretfeltételek mellett. Ez egyúttal rámutat a vasúti közlekedés fejlesztésének szükségességére a fenntarthatóság támogatása érdekében.



1. ábra

A közlekedési módok részaránya az Európai Unió tagállamaiban

Forrás: Eurostat, 2016

A nemzetközi szakirodalom szerint a közösségi közúti és vasúti közlekedés választásának háttérében (1. táblázat) utazási szükségletek, pszichológiai tényezők, valamint a költségek mérlegelése áll (Stradling, 2002). További kutatások is alátámasztják, hogy a potenciális utasok elsősorban az ár (Paulley et al., 2006, Ivaldi-Vibes, 2005) és a menetidő alapján döntenek, szerepet játszik továbbá a megbízhatóság (késés) és a járatsűrűség (Lubis et al., 2005). Tarifaemelés hatására rövid távon nő a közösségi közlekedés bevétele, hosszú távon viszont csökken a kereslet (Paulley et al., 2006). A közutak zsúfoltságának fokozódása növelheti a biztonság fogyasztói döntésben játszott szerepét (Lubis et al., 2005).

A közforgalmú/közösségi közlekedés fenntarthatósági tényezői rávilágítanak a nemzetközi és hazai vizsgálatok főbb kérdésköreire, amelyek adalékokat szolgáltatnak a közösségi közlekedésfejlesztés stratégiáinak, eszközeinek fejlesztési koncepcióihoz. A következő fejezetben a kompetenciaelemzéssel összefüggésben végzett kvalitatív kutatás marketingelméleti megalapozásaként foglalkozunk az SDL koncepcióval és felhasználási lehetőségével, a közlekedésfejlesztésre, a közösségi szolgáltatásinnovációra tekintettel.

	Közlekedési mód választását befolyásoló attribútumok	Szerző
Általános jellemzők	- utazási szükséglet - pszichológiai tényezők - ár	Stradling (2002), Paulley et al. (2006), Ivaldi, Vibes (2005)
Szolgáltatás elérhetősége	- menetidő - járatsűrűség, gyakoriság - utazási idő - átszállási lehetőség - megbízhatóság	Stradling (2002), Lubis et al. (2005)
Szolgáltatás vonzereje	- komfort - érték - biztonság - információhiányból eredő bizonytalanság	Stradling (2002),

1. táblázat

A közösségi közlekedési mód választását befolyásoló tényezők

Forrás: Kelemené (2014) 70. oldal a táblázatban hivatkozottak alapján

3 Az SDL koncepció alkalmazási lehetősége a szolgáltatásinnovációban, a közösségi közlekedés fejlesztésében

3.1 SDL - általános és innovációs feltételek

Vargo–Lusch (2004, 2007) SDL elmélete szerint a gazdasági/üzleti cserefolyamatok jellemzően szolgáltatásalapúvá váltak, azok valamennyi eleme szolgáltatással függ össze. A szolgáltatói ágazatok tevékenysége mellett bármely forgalomba kerülő termék szolgáltatás-láncolat révén jut el a felhasználóhoz, a végső fogyasztóhoz. Az SDL lényegében azt hangsúlyozza, hogy a szolgáltatást ne a termékek „függelékeként”, azok sajátosságaiból levezetve vegyék figyelembe, hanem a szolgáltatás keretében helyezték el a termékeket. Vagyis a „goods-dominant logic” helyébe lép a „service-dominant logic”. Számos Vargo–Lusch tanulmány foglalkozik az SDL-szempontrú megközelítés hatásaival, amelynek alapján a kompetencia alapú új koncepcionális rendszerbe foglalható számos alapvető kérdés vizsgálata, mint az értékalkotás, az erőforrás felhasználás, a kínálati ajánlat, az ellátási lánc, stb. (Lusch–Vargo, 2006, Vargo, 2013).

Az SDL mint új paradigma alapján a szolgáltatás az abban résztvevők, érintettek kompetenciáinak cseréjét jeleníti meg. A kompetencia olyan erőforrásokat jelent, amelyek az érintettek szakirányú elméleti és gyakorlati tudását, képességeit (knowledge and skills) foglalják magukban. A koncepciót figyelembe véve Arnould és szerzőtársai (2006) megerősítik a megfogható, működtetett erőforrások (operand resources), illetve gyakran megfoghatatlan, működtető erőforrások (operant resources) megkülönböztetését. Működtetett erőforrás például a szolgáltatás, működtető erőforrás a vállalat alapvető kompetenciája, képességei, készségei, a versenyelőny forrásai. Az SDL eredendően kiemeli, hogy a vállalati kompetenciák, tudás képezi a versenyelőny alapját (Vargo–Lusch, 2004).

Az SDL megközelítésbe illeszkedik az innováció szemléletére vonatkozó koncepcióváltás, a 2. táblázat erre utal (Vargo, 2013). A korábbi, elsősorban a termék, illetve a szolgáltatásfejlesztésből kiinduló megközelítések a technológiára, a folyamatokra és az innovációs elvekre koncentrálnak. Az SDL az ügyfél és a szolgáltató közös értékalkotó folyamatát helyezi előtérbe erőforrásaik alapján, amelynek során az erőforrások összekapcsolására fókuszál az ügyfél célrendszerébe illeszkedve (Vargo, 2013). Az erőforrás integráció eredményeként fejleszthető a piac, illetve a szolgáltatás.

Innováció	Jellemzők, célok
Termékinnováció (goods innovation)	Jobb termék előállítás - Új technológia - Hatékony folyamatok Cél: Piaci részesedés növelése
Szolgáltatások/szolgáltatói ágazatok innovációja (services innovation)*	Jobb szolgáltatás előállítás - Termékinnovációs elvek alkalmazása Cél: a HIPI elvvel kapcsolatos problémák megoldása
Szolgáltatásinnováció (service innovation)*	Szolgáltató/ügyfél értékalkotó folyamata erőforrásaik alapján - szolgáltatási erőforrások összekapcsolása az ügyfél céljaiban Cél: Piaci terület elfoglalása, piac alakítása

2. táblázat

Az innováció szemléletei

Forrás: Vargo (2013) 9. oldal

*Megjegyzés: Az SDL szakirodalom a „service”, szolgáltatás szó egyes számú alakját alkalmazza, mellyel annak általánosságát emeli ki.

Az eredeti SDL koncepcióban megfogalmazott és a szakirodalmi reflexiókban részben elfogadott, és alkalmazott, részben vitatott tíz alapvető feltétel, premissza (lásd Vargo–Lusch, 2004, 2007, 2012, illetve Veres, 2012 és Kelemenné, 2014 értelmezése) közül az innovációra (szolgáltatásinnovációra) alkalmazott négy premisszát tekinti Vargo (2013) hivatkozási alapnak. A tíz, — sorszámmal ellátott, és ezek tartalmát megjelölő alapvető premissza (fundamental premisses - FP) — közül az innováció tekintetében négyet emel ki a szolgáltatásinnovációra történő koncentráció kapcsán (Vargo, 2013).

- FP (1) szerint a szolgáltatás kompetenciák cseréje. Szolgáltatás cseréje történik szolgáltatás ellenében, amely termékeket is tartalmazhat.
- FP (6) szerint az érték mindig közös értékalkotást feltételez. Az érték mindig az annak élvezője szempontjából értelmezendő. Megkülönböztetésre kerül az érték közös alkotása (co-creation) és közös létrehozása (co-production). Értékalkotást jelent az előnyök megfogalmazása, ami mindig a vevői kompetenciákból indul ki.
- F (9) szerint minden gazdasági és társadalmi szereplő erőforrásokat biztosít, integrátor, tudásával, képességeivel, kompetenciáival hozzájárul a folyamatokhoz. Az értékalkotás keretét a hálózatok képezik, amelyek az erőforrásokat biztosító érintettek hálózatából állnak.
- F (10) szerint az előnyt élvezők megítélésétől függ az érték meghatározása, így módon mindig egyedi. Az érték sajátos, a tapasztalat, illetőleg adott kontextus szerint értelmezett.

3.2 Közösségi közlekedésszolgáltatás fejlesztés SDL megközelítésben

Az 1-6-9-10 premissza közösségi közlekedési vonatkozásait az 3. táblázatban összegezzük. Az egyes premisszák kapcsán fokozatosan jelennek meg az alapvető érintettek, úgy, mint utasok, szolgáltatók (operátorok, társszolgáltatók), közösségi érdeket képviselő szervezetek (kormányzat, önkormányzatok), illetve kompetenciáik és erőforrásaik, majd a közös értékalkotás és az érték együttműködéssel való létrehozásának elve, alátámasztása. A közösségi közlekedésre vonatkozó értelmezést a szekunder kutatások során nyert információk alkalmazásával alakítottuk ki.

SDL szemléletben a közforgalmú közlekedés fejlesztésekor — a mainstream marketingstratégia elveinek is megfelelően — a helyzetelemzésből szükséges kiindulni, és az utasok elvárásainak megfelelő, a versenytárs közlekedési vállalatok által a fogyasztóknak nyújtott ajánlatnál kedvezőbb ajánlat kidolgozása a cél (Lusch–Vargo, 2012). Fenntartható közösségi közlekedésfejlesztés esetében versenytársnak az egyéni közlekedést tekinthetjük, miközben a közösségi szolgáltatásban részt vevő, esetenként egymással versenyző vállalatok egymáshoz képest is meghatározhatják ajánlataikat, illetve a szolgáltatás minőségét, színvonalát, mint versenytényezőt, főként kínálati piac esetén.

Premissza	Rövid jellemzés	Közösségi közlekedés
FP1	A szolgáltatás alapja a kompetenciák cseréje.	Az utasok a közlekedési igényüket, az arra vonatkozó tudást (mikor, hová és hogyan szeretnének utazni) és fizetési hajlandóságukat cserélik a közlekedési közszolgáltató erőforrásai, kompetenciái révén nyújtott ajánlatra.
FP6	Minden érintettet szükséges bevonni az interaktív, kölcsönös értékteremtésbe.	A szolgáltatásba a közösségi közlekedésre jellemző, utas-operátor-közösségi érdeket képviselő szervezetek párhuzamos bevonása szükséges.
FP9	Valamennyi közreműködő szereplő erőforrásaival hozzájárul a szolgáltatáshoz.	A potenciális utasok, az operátorok, a társszolgáltatók, illetve a közösségi érdeket képviselő szervezet eszközszerző/erőforrása egyaránt hozzájárul a szolgáltatás eredményességéhez.
FP10	Az értéket a szolgáltatás igénybevevője ítéli meg.	A közösségi közlekedési szolgáltatás értéke alapvetően az utas szempontjából határozható meg. Az érték jelentéstartalma azonban eltérő lehet a további érintettekénél, ez is indokolja az érintettek együttműködését a közös értékalkotásban és az érték közös létrehozásában.

3. táblázat

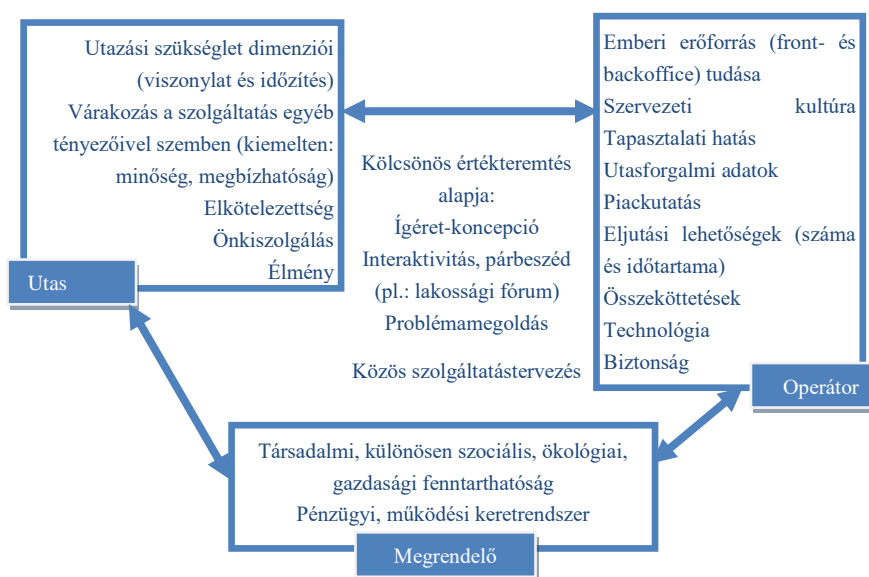
A közösségi közlekedés SDL vonatkozásai a kiemelt alapelvek szerint

Forrás: Saját szerkesztés Vargo–Lusch (2004, 2007), Grönroos (2011), Vargo (2013), Kelemenné (2014) alapján

A közforgalmú közlekedésben a kölcsönös értékteremtés, a csere alapja a helyváltoztatás. Az utasok alapvető kompetenciája, hogy meghatározzák utazási szükségleteik idejét és viszonylatát (helyét), a szolgáltatással kapcsolatos elvárásokat, illetve a szokásostól eltérő utazási szokásokat. Az operátoroknak szükséges felismerniük, mely tényezők jelentenek értéket az utasok számára. Az alapvető tényezők a szolgáltatói ajánlatba akkor építhetők be, ha az operátorok lehetőséget biztosítanak a potenciális utasok megkérdezésére és ennek alapján a közös értékteremtésére. A szekunder információnyerés mellett olyan eszközökkel alapozhatják meg az utasok problémáinak és elvárásainak felszínre kerülését, mint marketingkutatások, vagy lakossági fórumok (Kelemenné, 2011, 2014).

Más érintettek, mint a kormányzat, az önkormányzatok kompetenciájának aktivizálódása alapvető céljuk szerint értelmezhető, miszerint irányt szabnak, fejlesztési projekteket dolgoznak ki, vagy támogatnak, részt vesznek az eszközök biztosításában, és ellenőrzést gyakorolnak a folyamat, illetve eredménye felett. A kölcsönös értékteremtés csökkenti az utasok észlelt kockázatát (Lusch et al., 2007). Az ajánlattervezésbe és folyamatba bevont utas elvárásai érvényesülhetnek. Ennek révén funkcionális és pszichológiai kockázata csökken, a

szolgáltatásélménye, érintettsége növekszik, emellett a szolgáltatói ajánlat az igényeknek megfelelő szolgáltatás rendelkezésre állását biztosítja. A 2. ábra az érintettek erőforrásainak, tudásának és kompetenciájának elemeit tartalmazza az integráció szempontjából a kölcsönös értékteremtésen alapuló folyamatba, szakirodalmi források alapján.



2. ábra

Kölcsönös értékteremtés, kompetencia és tudás a közforgalmú közlekedésben

Forrás: Johnson et al. (2010), Gebauer et al. (2010) és Kelemenné (2014) 57. old. alapján

4 Empirikus kutatás – érintetti kompetenciák azonosítása és a kölcsönös értékalkotás modellezése a közösségi közlekedés fejlesztéséhez

4.1 Kutatási módszer

A szekunder kutatás eredményeire támaszkodva a primerkutatás mélyinterjú, amely olyan információk gyűjtésére irányult, amelyek bemutatják, hogy az iparági szakértők hogyan gondolkodnak, milyen véleményt alkotnak a hazai közösségi közlekedés fejlesztéséről (Kelemenné, 2014). A mélyinterjú elsősorban a közösségi közlekedéssel kapcsolatos problémák, pozitív elmozdulások, a

versenyképesség, hatékonyság növelésére irányuló megoldási lehetőségek, kiemelten az utasmotiváció fokozását meghatározó eszközök feltárására irányul. A kérdéskör kiemelten foglalkozik a szolgáltatásfejlesztéssel, valamint a kompetenciák azonosításával és kapcsolódásával a különféle érintettekhez.

Ezen feltáró jellegű kutatás SDL nézőpontot érvényesítő megközelítés, amely fő iránya a szolgáltatásfejlesztést meghatározó érintetti kompetenciák azonosítása és a potenciális fejlesztési eszközök meghatározása. Ezt célozva kilenc, úgynevezett félig strukturált mélyinterjút követően informed grounded theory feldolgozási módszertan alapján azonosításra került az a koncepció, illetve modell, amely segít megérteni, azonosítani a szektor szereplőinek kompetenciáit, illetve a kölcsönös értékalkotás folyamatának összefüggéseit. A megkérdezett iparági/vállalati szakértők olyan szakemberek, akik a mélyinterjú lefolytatását megelőzően is jelentős hazai és nemzetközi tapasztalattal rendelkeztek a fenntartható közlekedésfejlesztést érintően, és közvetlen vagy közvetett módon részt is vállaltak a fejlesztési koncepciók és programok kialakítására irányuló konzultációkban.

A feldolgozás módszertanát tekintve csak rövid utalással élünk a kvalitatív kutatások elemzéséhez általánosan alkalmazott grounded theory módszertan (Glaser-Strauss, 1967; Corbin-Strauss, 1990) és Thornberg (2012) informed grounded theory módszertana közötti eltérésre (lásd részletesebben Kelemené, 2014). Leegyszerűsítve: a grounded theory módszertan a megkérdezettekkel való interakció során nyert adatokat azonosítja, a kutatónak nem lehetnek előzetes feltevései, percepciói a kutatandó témával kapcsolatban, ami gyakran — jelen esetben is — elkerülhetetlen. Ehhez képest az informed grounded theory módszertan az elemzés során megengedi a szakirodalmi hivatkozást, az elméleti ismereteket beépíti a kutatásba. Az alkalmazott módszertan ily módon lehetővé teszi a korábbi ismeretekhez képest újszerű eredmények feltárását.

Az adott kérdés vizsgálati módszerének relevanciája kapcsán példaként hivatkozunk egy nemzetközi kutatásra (Johnson–Gebauer–Enquist, 2010), amely a svájci, a német és a svéd helyközi, valamint a zürichi helyi közlekedést tanulmányozva a kölcsönös, a fogyasztókkal együtt történő értékteremtés problematikáját, szükségességét hangsúlyozza, az SDL megközelítést, a kvalitatív kutatást és a grounded theory módszertant alkalmazva. Ennek eredményeként a szerzők az utasok szolgáltatási folyamatba vonási lehetőségeire mutatnak rá a közlekedési szolgáltatók által kidolgozott és menedzselt utazási ajánlat során. Arra a következtetésre jutottak, hogy a fogyasztói igények, ötletek figyelembe vétele közös szolgáltatástervezésen keresztül valósítható meg, a szolgáltató és az igénybevevő interakciós kapcsolata alapján. Az eszközöket tekintve kiemelik az önkiszolgálási lehetőség biztosítását automatizált technológiai rendszerek, az elektronikus jegyrendszer, menetjegyváltás révén. Emellett fontosnak tartják a pozitív tapasztalat, élmény biztosítását, ami hozzájárulhat az utasok hűségének a kialakításához és fenntartásához.

4.2 A kutatás főbb eredményei

Első lépésben áttekintésként táblázatba foglalva rendszerezzük a közösségi közlekedésfejlesztésre irányuló szakértői javaslatokat (4. táblázat). Ezt követően a kvalitatív kutatás feldolgozása eredményeképpen kialakított modellt mutatjuk be, az érintetti kompetenciákra és összefüggéseikre vonatkozóan, amely modellt a közösségi közlekedésfejlesztés/innováció terén való felhasználásra nézve újszerű eredménynek, innovációs forrásnak tekintünk.

4.2.1. A közösségi közlekedés fejlesztésére irányuló javaslatok

A kutatási információk elemzése alapján a fenntartható közlekedésfejlesztés kiemelendő alapelvei: a közszolgáltatás hozzáférhetőségének, elérhetőségének biztosítása és a rendelkezésre állás, azaz a szolgáltatás biztosítása a megfelelő helyen és időben (Kelemenné, 2014). Ezek az alapelvek a kormányzati közlekedéspolitikát és stratégiát, illetve annak vállalati szintű megvalósítását, az operátorok (közlekedési vállalatok) tevékenységét helyezik középpontba, ezen belül a helyzetelemzést, a problémák feltárását és a javaslatokat. Mindezek a szolgáltató vállalatok makro- és mikrokörnyezetéhez való viszonyát, a versenyképesség és a hatékonyság kérdéseit is érintik.

A megkérdezett szakértők többsége szerint a kínálati piac képes biztosítani a fenntartható közösségi közlekedéssel szemben támasztott követelményeket. A kínálati piac leegyszerűsítve a közüzemi és az üzleti, ezzel együtt várhatóan a szolgáltatáskínálat minőségi színvonalának a javulását jelenti, amely keretében az utasok alternatív módon dönthetnek az igénybevételről, a számukra kínált előnyök alapján. A kínálati piac megteremtésének fontos eszköze a közforgalmú közlekedés előnyben részesítését segítő támogatási rendszer, és ezzel párhuzamosan az egyéni motorizált módok korlátozása. Az interjúalanyok véleménye besorolható az ösztönző és a korlátozó eszközök szerepét a szabályozásban és a finanszírozásban részt vállaló kormányzati politika jelentőségét és a hatásokat érzékeltető szempontok keretébe.

Intézkedés	Várható hatások, eredmények
Ösztönző eszközök	
Piacliberalizáció	Negatív externáliák csökkentése (társadalmi, ökológiai, gazdasági hatások) fenntarthatóság
Városok decentralizációja, periférikus területek fejlesztése	Tömegközlekedés preferálása
Járműbeszerzés	Szolgáltatásminőség fejlesztése
P+R, P+Walk parkolók, kerékpártároló	Közösségi közlekedéssel az utasok időt és pénzt takaríthatnak meg
Közlekedésmenedzsment (menetrendfejlesztés)	Kommunikáció egyéni motorizált közlekedésre vonatkozó demarketing keretében
Környezettudatosság, tudatformálás	Életszínvonal nő
Korlátozó intézkedések	
Közlekedés menedzsment (egyirányú utcák, utcabútorok, parkolás korlátozás és tiltás, sebességhatárkorlátozás és ellenőrzés, buszsávok... stb.)	Egyéni motorizált közlekedés korlátozása
	Tömegközlekedés előnyben részesítése
	Utazási idő csökkenése a tömegközlekedésben
	A közösségi közlekedés érzékelt minősége nő
	Negatív externáliák csökkenése a forgalmi dugók csökkentésével
Adó és tarifapolitika (ösztönző és korlátozó intézkedések)	
Üzemanyagárak emelése a társadalmi hatások figyelembe vételével	Negatív externáliák, tovaggyűrűző hatások az üzemanyag áremelés következtében
Munkáltatók adóztatása (a közösségi közlekedés értékek előállításához való hozzájárulása miatt)	Kormányzati bevételek növelése
Tömegközlekedés adókedvezménye a cafetéria rendszerben	Tömegközlekedés finanszírozási lehetőségeinek növekedése
Integrált díjszabási politika keretében a parkolási díjak mellett behajtási díj megfontolása	Relatív vagy akár valós költségcsökkenés a közösségi közlekedéssel utazóknak
Tarifák kedvezményei átdolgozása	Igazságosabb tömegközlekedési tarifák
Bérletek átjárhatóságának megteremtése	Jobb kapacitáskihasználtság, csökkenő zsúfoltság a járműveken
Teljesítményarányos díjszabás a helyi közlekedésben	Alternatív választás a potenciális utasoknak
	Kedvező ár-érték arány

4. táblázat

A hazai közösségi közlekedés fejlesztésére irányuló szakértői javaslatok
Forrás: Saját szerkesztés a kvalitatív kutatás (Kelemenné, 2014, 127. oldal) alapján

4.2.2. Érintetti kompetenciák a fenntartható közösségi közlekedés keretében

A kutatás eredményei – az előző 6. táblázatban összefoglalva - a kormányzati/közösségi érdek és lehetőségek szerint részletezik a javaslatokat. A kutatási eredmények alapján azonban az is nyomon követhető, hogy ezek a szempontok milyen módon illeszkednek a teljes érintetti kör érdekeibe, ezen belül

a közösségi közlekedést megvalósító közszolgáltatói/közüemi operátorok tevékenységébe, illetve azok alapvetően hogyan tükrözhetik az utaskompetenciákat. A kompetencia alapú megközelítést a 3. ábra tartalmazza, kompetencia-modellként.

A közösségi közlekedés érintetti körének szereplői körében négy kört (utas, operátor, közlekedési hatóság, megrendelő – kormányzati szerv), és ezek kompetenciát azonosítottuk. Úgy véljük, az empirikus kutatási eredményeket figyelembe véve, hogy a szolgáltatók operatív szintjének szempontját szükséges kiemelni, mivel a fenntartható közösségi közlekedés gyakorlati megvalósításában ez a szint képviseli a katalizátor szerepet. Az értékalkotó szolgáltató a vállalati tudás és képességek alapján a szolgáltatás megrendelőjének, valamint a szabályozó szervezetnek, a közlekedési hatóságnak a hozzáadott értéke is szükséges ahhoz, hogy kölcsönös értékteremtés jöhessen létre.

A kompetencia modell a közösségi közlekedés fejlesztése, innovációja szempontjából valamennyi érintett közös értékalkotásához nyújt megalapozást. A szakértői felmérés eredményeit, főbb összefüggéseit a bemutatott modellek összegzik. A kutatási eredmény alapján megfogalmazható, hogy az érintett-kompetenciák összehangolása, egyeztetése, az utasok közlekedési módok közötti választását befolyásoló tényezők stratégiai integrációja erősítheti a közforgalmú közlekedés fenntarthatóságát. A közlekedési rendszerek átfogó fejlesztése szükséges, amelynek során az igénybe vevői és az összetett szolgáltatói, érintetti kompetenciák kölcsönös értékteremtésére szükséges helyezni a hangsúlyt a preferenciák terén, a közösségi közlekedésfejlesztés innovációs törekvéseiben.

Kelemen-Erdős A., Vágási M.

Érintettek bevonása a fenntartható közösségi közlekedésfejlesztésbe - A service-dominant logic alkalmazása a szolgáltatásinnovációban



3. ábra

Kompetencia-modell: A fenntartható közlekedés SDL szempontú megközelítése a szereplők kompetenciái alapján

Forrás: Kelemenné (2014) 131. oldal alapján

Összegzés

A közösségi közlekedés aktuális feltételei, amelyek alapul szolgálnak Magyarország esetében az adott ágazat fenntartható fejlesztéséhez, igencsak sokrétűek, tekintettel a meglévő infrastruktúra problémáira, a fenntarthatósági követelményre, és az EU-tagsággal is összefüggő piacliberalizációra. A fenntarthatósági követelmények a lakossági közlekedés terén nagymértékben megnövekedett egyéni és közösségi közúti közlekedés magas környezeti terhelése okán a kötöttpályás/vasúti közlekedés előnyben részesítése irányába hatnak. Magyarország esete azt mutatja, hogy bár nőtt az egyéni gépkocsi használat és a (távolsági és a helyi) buszközlekedés szerepe, ennek aránya még mindig alacsonyabb az EU átlagos értékénél, és a jövőben is alatta marad, miközben a felé

tartó tendenciát mutat. A vasúti közlekedés lakossági preferenciájának ösztönzése is egyértelműen a fenntarthatósági követelmények irányába hat. A lakossági közlekedési igények háttérfeltételei — főként olyan tényezők, mint a településszerkezet viszonya a munkahelyekhez és az iskolai lehetőségekhez, a bevásárlás és szabadidő eltöltés kialakult kisebb-nagyobb regionális centrumaihoz, továbbá a lakossági átlagjövedelmek relatíve alacsony szintje az egyéni közlekedés költségeihez viszonyítva — messzemenően alátámasztják a közösségi közlekedés árban/költségben/beruházásban is támogatandó fejlesztési lehetőségeinek vizsgálatát, a fejlesztés tervezésében való figyelembe vételét.

A tanulmány egy SDL szempontú empirikus vizsgálat koncepcióját, módszereit és eredményeit bemutatva érzékelteti, hangsúlyt helyez a közösségi közlekedés fejlesztési lehetőségeinek vizsgálatára, kiemelve a kompetenciák figyelembe vételét a szolgáltatásfolyamatban. A kutatási szempontok és eredményei összhangban állnak a nemzetközi kutatásokkal, miközben érzékeltetik a hazai sajátosságokat.

Felhasznált irodalom

- [1] Arnould, E. J., Price, L. L., Malshe, A. (2006): Toward a cultural resource-based theory of the customer. In: Lusch, R. F., Vargo, S. L. szerk.: The New Dominant Logic in Marketing. Armonk, M. E. Sharpe, New York, pp. 91–104.
- [2] Corbin, J. M., Strauss, A. (1990): Grounded theory research: Procedures, canons, and evaluative criteria. Zeitschrift für Sociologie, 19/6, pp. 418–427.
- [3] Dinya L., Farkas, F., Hetesi E., Veres Z. (2004): Nonbusiness marketing és menedzsment. KJK-KERSZÖV, Budapest
- [4] Elkington, J. (1997): Cannibals with Forks: The Triple Bottom Lines of 21st Century Business, Capstone Publishing, Oxford.
- [5] Eurostat (2016): Modal split of passenger transport. elérhető: http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=tran_hv_psmo&lang=en, letöltve 2016. január 13.
- [6] Gebauer, H., Johnson, M., Enquist, B. (2010): Value co-creation as a determinant of success in public transport services: A study of the Swiss Federal Railway operator (SBB). Managing Service Quality, 20/6, pp. 511–530.
- [7] Glaser, B. G., Strauss A. (1967): The discovery of Grounded Theory: Strategies for qualitative research. Hawthorn, New York.
- [8] Grönroos, C. (2011): Value co-creation in service logic: A critical analysis. Marketing Theory, 11/3, pp. 279–301.

- [9] Hetesi E. (2013): Létezik-e a nonbusiness marketing? Modellezési kísérlet a nonbusiness marketing megközelítésére, és a CSR helyzetének kutatási eredményei a magyar szervezeteknél. In: Király É. szerk. (2013): Kiterjesztett marketing. MOK, Budapest, 2013. 08. 28-29. pp. 587–597.
- [10] Ivaldi, M., Vibes, C. (2005): Intermodal and intramodal competition in the long-haul passenger transport markets. University of Toulouse, IDEI Report 9.
- [11] Jászberényi M. (2014): A közlekedés fenntarthatósága – közösségi közlekedés jövője. In: Jeney L. – Hideg É. – Tóza I. (szerk.) (2014) Jövőföldrajz: A hazai gazdasági fejlődés területi és települési aspektusai a jelenben és a jövőben. Gazdaságföldrajz és Jövőkutatás Tanszék, Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest.
- [12] Johnson, M., Gebauer, H., Enquist, B. (2010): Value creation in public transit services. IAE Aix-en-Provence2010 - 11th International Research Seminar in Service Management. La Londe les Maures, 2010. 05. 25–28.
- [13] Kelemenné Erdős, A. (2011): Fenntartható közlekedésmarketing-stratégia: Beszámoló egy hazai kutatás eredményeiről. In: Fojtik, J. szerk. (2011): Felelős marketing. MMSZ, MOK 17., Pécs, 2011. augusztus 29-30. pp. 962-973.
- [14] Kelemenné Erdős, A. (2012): Sustainable public transport: A Central European study. Periodica Polytechnica, Social and Management Sciences, 20/2, pp. 81-90.
- [15] Kelemenné Erdős A. (2014): A közforgalmú közlekedési szolgáltatás és piac vizsgálata marketing és fenntarthatósági nézőpontból. Doktori disszertáció.
- [16] Kelemenné Erdős A., Vágási M. (2013a): Közforgalmú közlekedési szolgáltatások marketingstratégiai kérdései – különös tekintettel a fenntartható közlekedés követelményeire. In: Nagy Imre Zoltán szerk. (2013): Vállalkozásfejlesztés a XXI. században: III. tanulmánykötet. Óbudai Egyetem Keleti Károly Gazdasági Kar, Budapest, pp. 129–152.
- [17] Kelemenné Erdős A., Vágási M. (2013b): A közforgalmú közlekedési szolgáltatás fejlesztési lehetőségei: Adalékok SDL megközelítés és a piaci előrejelzés Markov módszere alapján. Tér – Gazdaság – Ember, Széchenyi István Egyetem, Győr, 1/4, pp. 82–94.
- [18] Lubis, H. Al-R. S., Armijaya, H., Dharmowijoyo, D. B. (2005): The competition of passenger transport modes along Jakarta-Bandung corridor. Proceedings of the Eastern Asia Society for Transportation Studies, 5., pp. 75–89.
- [19] Lusch, R. F., Vargo, S. L. (2006): Service-dominant logic as a foundation for a general theory. In: Lusch, R. F., Vargo, S. L. szerk. (2006): The

- Service-Dominant Logic of marketing: Dialog, debate, and directions, ME Sharpe, Armonk, New York, pp. 406–420.
- [20] Lusch, R. F., Vargo, S. L. (2012): Gaining competitive advantage with service-dominant logic. In: Lilien, G. L., Grewal, R. szerk. (2012): Handbook of business-to-business marketing. Edward Elgar Publishing, Cheltenham, pp. 109–124.
- [21] Lusch, R. F., Vargo, S. L., O'Brien, M. (2007): Competing through service: Insights from service-dominant logic. Journal of Retailing, 83/1, pp. 5–18.
- [22] Majláth, M. (2010): Can Individuals do anything for the Environment?: The Role of Perceived Consumer Effectiveness, In: Kóczy Á. László (szerk.), Fikusz 2010: Symposium for Young Researchers, Budapest: Óbudai Egyetem, pp. 157–166.
- [23] Paulley, N., Balcombe, R., Mackett, R., Titheridge, H., Preston, J., Wardman, M., Shires, J., White, P. (2006): The demand for public transport: The effects of fares, quality of service, income and car ownership. Transport Policy, 13/4, pp. 295–306.
- [24] Ransburg B., Vágási M. (2011): A fenntartható fejlődés vállalati integrációja és kommunikációja: A hazai nagyvállalati gyakorlat vizsgálata, Vezetéstudomány, 2011, 42/10, pp. 2–13.
- [25] Stradling, S. G. (2002): Transport user needs and marketing public transport. Proceedings of the ICE-Municipal Engineer, 151/1, pp. 23–28.
- [26] Stratégia Konzorcium (2013): Nemzeti Közlekedési Stratégia. Közlekedésfejlesztési Koordinációs Központ, Budapest.
- [27] Szigeti, C. – Csiszárík-Kocsir, Á. (2014): What you can measure – you can improve!, Multidisciplinary Academic Conference on Economics, Management and Marketing in Prague 2014, 2014. december 5.-6.
- [28] Thornberg, R. (2012): Informed grounded theory. Scandinavian Journal of Educational Research, 56/3, pp. 243–259.
- [29] Vágási M. (2001): Újtermék marketing.- Új termékek fejlesztésének marketing koncepciója. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest.
- [30] Vágási M. (2004): Integration of the Sustainability Concept into Strategy and Marketing. Periodica Polytechnica, Social and management Sciences, 12/2, pp. 245–260
- [31] Vágási M., Piskóti I., Buzás N. szerk. (2006): Innovációmárketing. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- [32] Vargo, S. L., Lusch, R. F. (2004): Evolving to a new dominant logic for marketing. Journal of Marketing, 68/1, pp. 1–17.

- [33] Vargo, S. L., Lusch, R. F. (2007): Service-dominant logic: Continuing the evolution. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36/1, pp. 1–10.
- [34] Vargo, S. L. (2013): Service-dominant logic reframes (service) innovation. In: Isomursu, M., Toivonen, M., Kokkala M., Pussinen P. (2013) *Highlights in service research*. VTT Technical Research Centre of Finland, pp. 7–10.
- [35] Veres Z. (2012): Az értékteremtés „service - dominant” logikája. In: Józsa L. szerk. (2012): *A marketing új tendenciái*. A Széchenyi István Egyetem Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar és a Regionális- és Gazdaságtudományi Doktori Iskola konferencia kiadványa, Győr, pp. 5–22.
- [36] 2012. évi XLI. törvény a személyszállítási szolgáltatásokról

Vállalkozásfejlesztés a XXI. században
Budapest, 2016