

Daolu Lüke Yunshu Fuwu Zhiliang Zhinan

道路旅客运输服务质量指南

丁 维 东 主 编

人民交通出版社

内 容 提 要

本书包括六章:绪论,道路客运服务质量的内容,道路客运“三优”、“三化”及服务语言,道路客运企业的服务质量管理,道路客运服务质量战略及管理部门对道路客运服务质量的管理。本书是道路旅客运输企业提高服务质量的指南,也是道路运输管理部门加强客运服务质量管理和监督的依据。

本书可作为道路旅客运输企业职工的培训教材,也可供道路运输管理部门的管理人员、专家学者和大专院校师生阅读和参考。

道路旅客运输服务质量指南

丁维东 主编

正文设计:王秋红 责任校对:尹 静 责任印制:

人民交通出版社出版发行

(100013 北京和平里东街10号 010 64216602)

各地新华书店经销

印刷厂印刷

开本:787×1092 $\frac{1}{16}$ 印张:13 字数:333千

2000年6月 第1版

2000年6月 第1版 第1次印刷

印数:0001—3000册 定价:25.00元

ISBN 7-114-03637-X

U·02631

《道路旅客运输服务质量指南》 编写人员名单

主 编：丁维东

副主编：王景贵

编 委：沈瑞丰 刘贵斌 郑育林 周健 刘洪波 杨纲

执笔人：郑育林

牢记全心全意为人民服务的宗旨 努力提高道路客运服务质量水平

质量是社会经济活动的永恒主题,是企业的生命线。党和国家领导人曾多次强调:“必须坚持质量第一。”道路运输业是公路交通行业直接面向社会并为广大人民群众服务的“窗口”,运输服务质量特别是客运服务质量,不仅直接反映了全行业服务质量和服务水平的高低,而且还可折射出一个地区乃至一个国家、一个民族的文明程度和精神风貌。近年来,随着道路旅客运输的发展,客运服务质量问题已成为社会大众关注的热点、交通部门工作的重点、新闻媒体追踪的焦点。

交通部领导历来十分重视客运服务质量管理工作,并将其作为行业精神文明建设的重要内容列入到重要议事日程,要求各级交通主管部门要在加强行业管理工作的同时,切实加强客运服务质量的管理与监督工作,以确保道路客运健康发展。根据国家有关质量管理法规和文件精神,结合道路旅客运输的特点和发展实际,交通部近年来先后发布了一系列道路客运服务质量标准、规范和管理规章,并在道路旅客运输生产中,全面实施了以优质服务、优美环境、优良秩序为目标,以服务过程程序化、服务管理规范化、服务质量标准化为主要内容的“三优”、“三化”工程,通过各级交通主管部门的积极实践,道路客运的服务质量和精神面貌得到了明显的改善和提高,取得了可喜的成绩,有力地促进了道路客运的发展。但与其他运输方式相比,特别是与航空客运相比,道路客运的服务质量和水平还存在着较大的差距,不能全方位地满足广大旅客的需求。因此,我们各级交通主管部门,特别是道路运政管理机构的全体同志和道路旅客运输的全体从业人员在今后的工作中,应牢记全心全意为人民服务的宗旨,继续坚持“旅客至上、服务第一”的方针,积极行动起来,在认真总结经验的基础上,虚心学习国内外同行和其他部门的先进经验,采取有效措施,进一步提高道路客运服务质量和市场竞争能力,以确保道路客运在 21 世纪持续快速健康发展,更好地适应和满足社会经济发展的需求。

交通部公路司

2000 年 2 月 18 日

目 录

第一章 绪论.....	1
一、道路客运服务质量存在的问题	2
(一)班车客运服务.....	2
(二)出租车运输服务.....	6
(三)客运站服务.....	7
(四)旅游车运输服务	11
(五)高速公路快速客运服务	11
二、道路客运服务质量研究的必要性.....	13
(一)是提高道路客运服务质量的需要	13
(二)是提高道路客运在综合运输体系中地位的需要	14
(三)是开创道路客运服务质量管理工作新局面的需要	15
三、道路客运服务质量必须创新	16
(一)从市场经济的角度出发进行创新	17
(二)从知识经济的角度出发进行创新	20
(三)从实践的角度出发进行创新	22
附录一:国务院《质量振兴纲要》(摘要).....	24
附录二:交通质量工作要点(摘要).....	26
附录三:中华人民共和国消费者权益保护法(节选).....	27
第二章 道路客运服务质量内容	29
一、道路客运服务概论.....	29
(一)道路客运服务的分类和特征	30
(二)道路客运服务应定位在劳务营销上	36
(三)道路客运服务与精神文明建设关系密切	39
二、道路客运服务质量的基本要求.....	40
(一)安全性	40
(二)方便性	47
(三)快捷性	49
(四)舒适性	50
(五)及时性和准确性	51
(六)经济性	52
三、道路客运服务的方式、程序和质量公式	53
(一)道路客运服务的营运方式	53
(二)道路客运服务的程序	56
(三)道路客运服务质量公式	57

附录一:汽车旅客运输规则(节选).....	61
附录二:高速公路旅客运输管理规定(节选).....	64
附录三:汽车客运站管理规定(节选).....	66
附录四:长途汽车客运站卫生检查考核标准.....	68
附录五:汽车运价规则(节选).....	69
附录六:汽车客运站收费规则(节选).....	72
附录七:出租汽车客运服务规范(试行)(节选).....	74
附录八:全国部级文明客运汽车站评比条件和记分要求(节选).....	76
附录九:全国部级文明客运汽车队评比条件和记分要求(节选).....	80
附录十:交通部公布十二项优质服务标准(节选).....	83
第三章 道路客运“三优”、“三化”及服务语言.....	84
一、道路客运“三优”、“三化”.....	84
(一)“三优”、“三化”的涵义.....	84
(二)“三优”、“三化”的基本内容.....	85
(三)道路客运要突出优质服务.....	85
二、道路客运服务语言.....	85
(一)道路客运服务礼仪用语.....	87
(二)服务作业用语.....	88
(三)服务忌语.....	94
三、使用服务用语的技巧.....	94
(一)练好口语基本功.....	95
(二)利用形体语言微笑服务.....	97
(三)学会旅客心理分析.....	99
附录一:汽车旅客运输——班车客运服务质量标准(节选).....	103
附录二:汽车旅客运输服务岗位职责及工作标准(试行).....	106
附录三:汽车客运站主要规章制度.....	114
附录四:道路客运企业服务格言及有关规定.....	118
附录五:汽车客运站广播用语标准.....	120
第四章 道路客运企业的服务质量管理.....	124
一、从效益管理走向质量管理.....	124
(一)效益与质量.....	124
(二)市场最大化与高质量.....	125
(三)树立质量就是价值的观念.....	126
二、道路客运服务全面质量管理.....	126
(一)全面质量管理是一切为旅客着想的管理.....	126
(二)全面质量管理是企业生产经营活动全过程的管理.....	127
(三)全面质量管理是一种全员参与的管理.....	129
三、道路客运服务质量管理的方法.....	133
(一)调查表.....	134
(二)排列图法(ABC分析法).....	134

(三) 因果分析图法.....	135
(四) 分层法.....	136
(五) 控制图法.....	137
(六) 系统图法.....	138
(七) 关联图法.....	138
四、提高道路客运服务的技术含量	139
(一) 客运站计算机管理信息系统.....	139
(二) 高等级客车的技术管理.....	140
(三) 客车维修质量的评价方法.....	141
(四) 客运安全的预警管理.....	143
五、道路客运企业的质量保证体系	144
(一) 道路客运企业质量保证体系的特征.....	144
(二) 道路客运企业质量保证体系的构成.....	145
(三) 道路客运企业作业现场的质量保证.....	156
附录一:关于推进企业质量管理小组活动的意见(摘要)	159
附录二:交通汽车运输企业安全生产管理办法(节选)	161
附录三:高中级驾驶员应知应会	162
附录四:中华人民共和国消防条例(节选)	164
第五章 道路客运企业的服务质量战略.....	166
一、以服务质量为本创名牌	167
(一) 道路客运服务名牌产品必须具备的条件.....	167
(二) 道路客运市场竞争机制的调节作用需要名牌效应.....	169
(三) 道路客运企业要有实施名牌战略的紧迫感.....	170
二、导入 CIS 企业识别系统设计	171
(一) 企业形象建设是长寿术.....	172
(二) 塑造形象走向市场重在培养企业精神.....	174
(三) 以 CIS 策划改善企业形象	177
三、实行 ISO9000 系列标准	179
(一) 贯标、认证的选择和系统模型	180
(二) 贯标、认证的做法和申请	181
(三) 贯标、认证的难点和推行	183
附录一:质量体系、生产、安装和服务的质量保证模式(节选)	185
附录二:ISO9000 族标准计划中的 2000 年版(草案)要点介绍	189
第六章 管理部门对道路客运服务质量的管理.....	190
一、道路客运服务质量的法制管理	190
(一) 道路客运服务质量的立法.....	190
(二) 道路客运服务质量的执法.....	190
(三) 道路客运服务质量的法律服务.....	191
二、道路客运服务质量的行政管理	191
(一) 宏观调控中注重质量.....	191

(二) 推进现代化改造出质量.....	192
(三) 实行质量招投标管理.....	192
三、提高道路客运服务质量的文明创建活动	192
(一) 指导道路客运行业开展文明服务活动.....	193
(二) 引导道路客运行业以职业道德保服务质量.....	193
(三) 建立创建道路客运文明行业的常态工作机制.....	194
附录:旅客运输管理工作规范	194
后记.....	198

第一章 绪 论

产品质量和服务质量的问题,是关系到国计民生的大事情。“质量就是产品的适用性”,没有产品的适用性,便没有产品的质量。适用性,包括设计质量、制造质量、使用质量和服务质量等方面。适用性不仅指技术、性能、外观,还包括用户或消费者能够接受的商品价格,更包括企业对其产品可靠性和维修性的保证。就“量”而言,它既关系到作为消费者的各个单位和千家万户,也关系到国家扩大内需和对外出口政策的落实。如果消费者常常买到的是质量低或伪劣假冒或残次变质商品,势必影响消费热情。如今,怕买到伪劣假冒的水货和价不符实的服务,已经成为人民生活中一个沉重的话题。就“质”而言,它既关系到作为生产者的各个实体企业的生存和发展,更关系到全民族的文明进步、综合国力的增强和人民群众生活水平的提高。社会的发展和现代化的实现,主要靠财富的积累。生产出合格的产品并被市场所认可,就是为国家增加了财富;反之,生产出的是伪劣假冒产品,只能作垃圾处理,浪费了社会资源,损国害民。同时,质量作为一种意识,也是人们应该具有的观念。质量意识,是指人们在人类社会经济生活中对质量的地位和作用及其规律的认识。质量意识应该是全国各行各业的共同意识。如果全社会各个行业的质量意识都树立起来了,生产人员讲生产质量,服务人员讲服务质量,科研人员讲科研质量,公务人员讲工作质量,公检法机关讲立案办案质量,建筑施工讲工程质量,教师讲教学质量,文艺界讲演艺和作品质量,我们的社会生活质量就会大大的提高。可见,每一个人既是质量的创造者,又是质量的受益者。近几年,由于国家《质量振兴纲要》的出台和《消费者权益保护法》的实施,以及每年“3·15保护消费者权益日”活动的开展,各级经济管理部门对产品质量越来越重视,并对一些无形的产品如服务质量也开始关注。道路运输服务质量,也当然包括在内,国家交通部极其重视,要求讲信誉,重质量,能够体现或者充分提供符合交通消费者用货币购买相应运输服务价值的意志选择。要在运输服务质量方面,及时提供交通消费者所需,竭尽全力实现交通消费者所想,努力化解交通消费者所愁,开发交通消费者所盼,全力以赴地以整体运输服务的优质化满足旅客或托运人的一切功能和非功能性需求。

道路客运的服务性是旅客运输质量的综合表现。服务性一般包括满足旅客物质和精神两个方面的需求。或者说,包括客运企业的服务条件和服务态度两个方面。所谓满足旅客的物质需求,是指旅客运输服务的项目、时间、设施、设备及运输线路安排等等,都应该从旅客的需要出发。而且,能够做到服务设施设备齐全与完好、适用、舒适、安全;车站环境雅观;车容整洁卫生;站台设计合理;线路四通八达;服务项目齐备;服务时间合理;旅客办理旅行和托运手续简便、迅速;费用结算无误;节约候车、中转时间,减轻旅途疲劳,最大限度地为旅客提供方便的乘车条件。所谓满足旅客的精神需要,主要是指要实行文明服务,用热情诚恳、礼貌尊重、亲切友好、体贴周到的运输服务,使旅客精神愉快。文明服务要求道路客运从业人员遵守法律,讲究职业道德,恪守旅客至上的准则,做到文明用语、文明待客、文明装卸、文明经营,建立文明的站、车秩序等等。文明优质服务,是旅客运输质量的重要特征。通过优质服务及自身美的状态、方式、行为给旅客心理、生理带来影响的有效度应该是高水平的。道路客运劳动服务质量、运输设施设备质量和企业为社会提供的运输服务这三者要相统一,达到旅客满意的程度。所

以,道路客运服务具有鲜明的社会公益性和社会效益,其服务质量评价的基本标准就是旅客能够满意。

一、道路客运服务质量存在的问题

经过 20 年的改革和发展,我国道路客运业得到快速发展。据统计,到 1998 年年底,全国道路客运业户已达 48.22 万户;有营运客车 109.04 万辆;开通过路客运班线 12.63 万条,2401.2 万 km,其中跨省班线 2.16 万条,1143.59 万 km;有道路客运站 7355 个。改革开放以来,我国道路客运量和旅客周转量的发展速度均超过了国民经济发展速度。1998 年,我国道路客运量为 125.30 亿人次,旅客周转量为 5950 亿人·km。1998 年的客运量是 1980 年的 5.6 倍,年均递增率为 12.37%。

20 世纪 90 年代初,我国的道路客运服务质量,成为社会公益事业中倍受关注的热点问题。人民群众不满意,意见很大,引起了新闻媒体的大曝光。仅就报纸而言,道路客运服务质量问题从地方报纸,走上了国务院机关报《经济日报》,被连篇累牍地推出。众矢之下,全国交通管理部门由上至下都来狠抓道路客运服务质量问题,取得了成效,在整体上有所改善,有所提高。然而,道路客运服务质量问题并未从根本上得到解决,存在着层次差别,很不平衡,甚至成为顽症。好的,业已接近或者达到“航空式”服务水准;差的,比粗暴待客走得还远。这种状况,就是在本行业内部,也不得不正视。交通部公路管理司组织的调研组,依据交通部交公发〔1995〕349 号《关于做好全国道路客运工作会议准备工作的通知》的精神,在进行调查后形成的“关于江西、广东两省和湖南省长沙市道路客运市场及服务质量情况的调研报告”中披露了存在的一些问题,包括汽车客运站设施滞后,“三优”、“三化”服务措施不到位,车辆仍然是乱停、乱靠、乱拉客,哄抬运价、“斩客”、“宰客”、倒卖旅客、无序经营等。1997 年 11 期《广东道路运输》杂志转载《羊城晚报》10 月 18 日刊登出的本报记者和通讯员撰写的《公路客运秩序何日上轨》一文中指出:“由于运力和运量供求失衡、经营主体过于分散,一些单位或个体户在利益驱动下不惜把竞争推向‘白热化’:有的在客运旺季超载运行,客运淡季则压价抢客,有的兜圈拉客,中途甩客、敲诈勒索;有的还无牌无证、跨界越线经营。这种违法违规行为,不但造成公路客运服务质量不断下降,也严重损害了旅客利益。”

无论是亲自乘车出行的体验,还是留心舆论媒体对道路客运服务质量的批评以及翻阅旅客的投诉,及对旅客进行随机抽样调查,都不难发现道路客运服务质量还确实存在问题,不尽人意。

(一) 班车客运服务

1. 乱停乱靠,单车作“站”

客车待运期间应该停靠在指定停车场;客车营运时,应该按照客运站约定的预先时间进入站位,在客运站统一售票,送旅客上车,准时发车。而有一些客车故意不进站,或在客运站附近,或在闹市区街口等有利于截住旅客的地方停靠,不通过客运站而自行揽客发车。这样,发车无准点,运行方向临时定,盲目无序,侵害旅客利益,侵害客运站权益。

2. 兜圈抢客,乱拉旅客

客车从客运站发车后,就进入了正常运行状态,在 2km 之内不准停车揽客。而有一些客车却不是这样:或客车出站后缓缓慢行,敞开车门招揽站外旅客上车;或在客运站附近街市及

线路途经的商贸区街兜圈趑行,大喊大叫,有人搭话便胡拉乱扯往车上拽。几台客车都这样做,便造成车与车之间出现争客的矛盾,受损害的还是旅客,至少延长了旅行时间。

3. 粗暴野蛮,态度低劣

客车应该牢牢把握社会主义经营方向,全心全意为人民服务,时刻不忘旅客至上、服务第一的宗旨。而有一些客车恰恰相反,是“为人民币服务”,一旦旅客上车。脸就变了:粗野地安排旅客及其携带物品,拒绝帮助旅客解决其困难,甚至坐错了车也不准下车;态度蛮横,语言污秽,根本不顾及忌语,压根儿就不讲文明用语。呈现在旅客面前的,是一副毫无道德廉耻,只有低级趣味的面孔。

4. 发车前站车交接草率敷衍

客车在发车前,要与客运站办理行车路单、结算单、行包运送单,并逐一核对,做到人、行包、路单相符。发车后又要进行“七报二宣”:报车属单位、驾乘人员服务号码、运行方向、班次、运行时间、全线里程、中途主要站点,宣传旅行常识和安全常识等。行车途中逢站报站名,迎送旅客上下车。临近抵达终点站时,要报当地公、铁、水、空换乘方向和时间,报本线路客车返回时的发车时间,以及当地主要行政、企事业、商贸区、宾馆、医院等地址及公共汽车线路。而绝大多数客车却达不到上述要求,偶而能做到,经常性的却做不到,特别是“七报二宣”不全,或者根本就不报不宣。而是等到旅客开口问时才回答;如果中途下车的旅客,自己既不熟悉应下车的地方又未被告知或询问乘务员,很可能坐过了站时才发现,这时客车却叫旅客中途下车或下一站时下车,过站旅客还得自费返乘,只好自认倒霉。其实,这完全错在客车乘务员身上,没有尽到应尽的责任和义务。应该再加“一报”:报监督单位及电话号码。

5. 哄抬运价,斩客宰客

客车应该悬挂里程票价表,却常常掖起来不挂。其目的是为了卖高价票。客车在站外揽到的旅客和途中上车的旅客,常被索要高价,或零头就不给找了。在客流旺季和春运期间,特别是实行有限浮动运价的地方,本线路上的客车或几个线路上的客车,一起哄抬票价,甚至个别客车生打硬要,以威胁手段斩宰旅客,严重违反客票价格规定。反之,在客流淡季时,一些客车还出现降价揽客现象,形成客车之间的自相残杀,搞不正当竞争。

6. 跨界越线,串线运行

客车运行的线路在线路审批时,已作了明确规定,以保证本线上途经地方的旅客有车可乘。作为市场准入的先决条件之一,客车组十分清楚。可是,有一些客车为了多拉客,有意串入其他线路,越站越线沿途揽客,既打乱了线路运行秩序,又耽误了旅客的旅行时间。

7. 中途甩客,途中丢客

客车运行中尚有空闲座位,有旅客要求上车是不允许拒载甩客的。但是,一些客车在正当地点,当有旅客要求上车时,乘务员询问后得知是短途而无大利,或者看到是老弱病残,或者看到旅客带的东西较多就往往拒载,客车加速甩掉欲上车的旅客。途中丢客也是甩客的一种形态。当客车途中遇站、加油等暂停休息时,旅客会下车购物或上厕所,乘务员应该告知旅客暂停休息时间,而有一部分乘务员却不告诉旅客,当休息完毕启动客车时,有的旅客尚未回归,乘务员并未清点人数或向旅客询问清楚,就让驾驶员开车上路。于是,将本次客车应载旅客丢在了途中。

8. 超员运行,无视安全

客车是有定员的,超员运行是不允许的。然而,一些客车在利益的驱动下,严重超员,把旅客像码罐头一样一个挨一个地挤贴在一起。特别是春运民工潮往返期间,客车利用民工旅客

急切乘车的心理,大肆超载。由于常常是超长客运,行程远,时间长,超员现象严重,运行安全得不到保证,人为事故时有发生。据全国道路交通特大事故通报,1995年上半年,发生一次死亡10人以上的交通事故有30起,共计死亡517人,伤635人,其中跨省超长线客运8起,占事故总数的26%。在这30起特大恶性事故中,70%是属于车辆严重超员超载而引起的。可见,超员超载严重违反了交通安全,是事故的隐患和诱发原因。

9. 倒卖旅客,无视人权

把旅客当作商品任意“买卖”的“倒客”行为,是绝对不允许的。然而,一些客车经营者利欲熏心,职业道德沦丧,干起了“倒客”勾当。这种情况一般分为三种:一种是客车雇佣倒客贩子为本车揽客,按旅客人数给倒客贩子一定比例的回扣款,而这一笔钱又转嫁到旅客身上。第二种是客车之间相互倒客,即两客车途中相遇后,互换旅客,相互算账,不管旅客愿意不愿意,不管两客车等级规格是否相同,旅客都被强行倒换。而旅客自我保护意识差,就忍气吞声地接受了。第三种更为恶劣,招揽旅客上车时终点说得明白,走至中途强迫旅客下车,以本车原本就不是这条线路上的营运车辆不能越界运行为理由,叫旅客另行找车,把旅客甩在途中开车溜之大吉。据河南郑嘉明在1997年第二期《中国道路运输》杂志上发表的《根除“倒客”净化市场》一文披露,1996年安阳市运输管理处处理了数十起“倒客”案件,群众举报占80%,新闻曝光占15%,市场检查占5%。由于“倒客”行为绝大部分发生在客车运行途中,运政管理部门因人力有限无法及时发现,事发时不在现场难以立即纠正查处,也就不能及时疏散被“倒卖”甩下的旅客;事后调查处罚了违章客车车主,但给旅客造成了物质和精神上无法挽回的损失,影响极坏。

10. 流氓逞凶,绺窃骗赌

社会上一些不法之徒,看中道路客车,上车作案,或结伙绺窃,或结帮骗赌。对这种公开犯罪行为,驾乘人员是应该制止的,或者开至途经的公安派出所报案,以保护旅客的合法权益不受侵害,打击治安犯罪分子。可是,一些驾乘人员不但不这样做,反而熟视无睹,无动于衷,中途还让这些绺窃骗赌者下车溜掉。嗣后,有的客车还不向途中车站报告,不向车属单位报告,不向公安和交通管理部门报告。这样,在客观上就纵容了不法之徒横行霸道。当然,因为社会治安不良,路上有车匪路霸出没,洗劫旅客和客车,驾乘人员怕他们找麻烦,所谓好人怕坏人。其实,容忍不管用,成事不足败事有余,只有斗争,才有出路。吉林省辽源至四平的车上出现绺窃骗赌现象后,驾乘人员制止不了,就报告了辽源市交通治安派出所。这个派出所就连续随车便衣跟乘,现场抓获作案分子,打掉了几个绺窃骗赌团伙,绳之以法,震慑了犯罪分子。于是,这条线路上就安宁了,旅客和客车车主都减少了损失,人身安全得到了保障。

11. 欺行霸市,强载旅客

旅客作为交通消费者有自主选择客车的权益。然而,却出现了短途车欺负长途车,个体车欺负国有、集体车,本地车欺负外地车的现象,即有人在当地阻挡旅客乘坐长途车、国有和集体车、外地车,也制止长途车、国有和集体车、外地车在当地揽客,甚至大打出手。四川张俊贤在1994年10月《中国道路运输》杂志创刊号上发表文章呼吁《汽车客运中的欺行霸市行为应予以制止》,他指出:“一些个体私营车主,跑的大多是短途,出于地域现象和自身利益的需要,便在一方一地搞垄断经营,抢占生意,强载旅客;加之常在一个地方往返,容易结识网络社会流氓之类的人物,就更加耍横称霸。在本地方同行之间,既欺软怕硬,又自成帮系,一致对外,形成地方势力。长途过往的客车,惹不起这些‘地头蛇’,只得绕道而行。一些不知情的车主,如果在这些‘地头蛇’的‘势力范围’内停车载客,就会立即遭到围攻,轻则谩骂,砸车毁件;重则将驾驶员和乘客拉下去毒打,甚至勒索钱财以赔‘损失’。”

12. 多极经营,安全无保证

大型和“小巨人”式道路客运企业,采取严格控制上车驾驶员素质、加装安全气囊、ABS系统等防范措施,使道路客运安全性有所提高。但是,大量个体业户车辆技术状况和以包代管企业的客车技术状况较差,驾驶员安全行驶能力也差,安全预防和管理更差,给安全运输带来极大的危险,时有整车恶性伤亡大事故发生,危害了旅客的安全。这种被人讽刺为“行走棺材”的客车,应该从客运线路上退下来,安全管理工作要上去。对安全性差的企业、业户可视为资质条件不够或倒退,应将之排斥在客运市场之外。

13. 与餐馆勾结,坑害旅客

长途客车的旅客,都需要途中吃饭,至少一次,多则几次。而有的客车到了吃饭时间,就是不在大的集镇上有餐馆和食品店多的地方停车,偏偏要驶出市镇外或途中在野店处停车就餐,并要求旅客用半个小时就餐完毕。旅客面对就此一家,别无分店,明知被宰难免,也只好花大头钱充饥。这种圈套,完全是客车驾乘人员造成的,常跑本线路,就与这种餐馆勾结在一起,干出这种事来。好处无怪乎是餐馆老板将驾乘人员请进里屋,大酒大肉招待一顿。在餐馆老板摆手欢送、驾乘人员拭揩满嘴流油的时候,这两方是否想到如此有来有往的行为,坑害的正是你们的上帝——旅客。

14. 无证经营,当“三黑车”

非法经营的客车总是屡禁不止,时不时地从地下冒出来。各地交通运输管理部门平时加强运政稽查,又集中时间搞“打非治乱”战役,但是总有“黑车”偷偷投入营运。这种“黑车”名不正言不顺,其经营行为能好得了吗?至少有三点“黑”得厉害:一是非法营运,偷漏国家税收和交通规费;二是晚上运行,逃避检查,心理不稳,不安全因素增大;三是无经营许可证,无车辆牌照又是老旧坏破车,出了事故就丢车走人,根本不管旅客死活,嗣后管理部门也难以查找到“黑车”主。另外,还有农用货车、各种机动摩托车等都是不准上路搞客运的,旅客不要因为贪图价格便宜,就乘坐上述非法营运的“黑车”,风险太大,合法权益和生命财产都得不到保证。

15. 车辆不洁,卫生较差

客车作为旅客旅行的乘坐工具,必须做到:车容车貌良好、车内干净,清洁卫生。可是,有一些客车内部卫生很差,门窗玻璃不净,座椅布套油黑,地面上没有清扫和擦拭。由于允许小贩上车卖小食品,或本车就随车销售小食品,就任凭旅客将瓜子皮、果皮、茶蛋皮、饮料瓶和塑料袋等包装物,随便丢弃在客车地面,而乘务员在途中从不清扫,再加上驾驶员违规吸烟,旅客也随着吸烟,烟头扔在车箱地面上,烟雾飘在车中。如果是北方冬天,车窗紧闭不开,车内空气就十分污浊,各种臭味扑鼻而来。在这种污染了车内空气的环境下旅行,能不危害旅客的身体健康吗?有的客车连卫生方便袋和治疗晕车药都不备,遇有晕车呕吐的旅客,任其打开车窗向外吐或吐在车内地面上,呕吐物的怪味使全车旅客受熏,有的也产生恶心呕吐感觉。

16. 设施不全,简陋粗放

客车内硬件设施必须干净、齐全、完好。有的客车设施不全,缺座椅布套,缺泡沫灭火器,座椅面和支腿坏了也不修补,车门不好使,窗玻璃碎了也不及时更换,甚至擅自拆掉临近车门的几排座椅,以便多站一些旅客。特别是没有空调设备的客车,冬季采用汽车排放气体在车内临时安装的管路里循环取暖,这样的客车需要安装监测自动报警器,以防排放气体中的二氧化硫等有毒物质泄露于车内。而有的客车却偏偏不按规定安装监测自动报警器,存在着严重的不安全隐患。有些客车的防火设施功能失效,如泡沫灭火器,急用时已打不开喷嘴或喷不出来了,等于没有备灭火设备。

17. 技术状况差,途中常抛锚

有的客车机械设备已老化,技术等级仅够三级,又不及时进行维护和更换损坏的配件,运行途中常常因为发生机械故障、爆胎、烧瓦等而抛锚,只好停驶修理。有的几十分钟才修好,有的甚至长达几个小时方能修好,有的最后怎么也修不好了,把旅行时间大大地延长,耽误了旅客抵达目的地的时间。

18. 不服从管理,有车就是“草头王”

个别客车驾乘人员不仅缺乏服务质量意识,不讲究服务质量,不文明对待旅客,而且对交通行政管理部门检查出来的质量问题,不重视,不改善,甚至对着干,老虎屁股摸不得。这种不服从监督管理的车辆,也不可能有的服务质量。有的客车还拒绝旅客的监督,不悬挂旅客意见簿,有意涂抹掉交通运输管理部门喷在车上的监督电话号码的尾数;对旅客当面提出的服务质量方面存在的问题,不善意接受,极力狡辩,甚至出言不逊,与旅客争吵,乃至竟然将旅客撵下车的恶劣程度。如此服务,质量何在?职业道德何在?文明何在?怎能服人,哪还有信用!

(二) 出租车运输服务

我国改革开放以后,出租车(TAXI)重返交通消费生活,方便了人民群众。它与客运班车、城市公交客车、旅游车、人力三轮车、租赁汽车等六种分工不同的营运载人车辆,构成了我国道路客运工具体系,解决了出行乘车难问题,实现了人便于行。出租车首先出现在直辖市和省会城市,迅速发展到中小城市、县城、乡镇,遍布城乡,车辆等级也在逐步升级。如今直辖市和省会城市选择捷达、桑塔纳等中级以上轿车为主,中小城市以夏利等轿车为主,县城和乡镇以夏利、奥拓、吉普车等车型为主,并呈现出逐步淘汰吉普车、面的、低级轿车的发展趋势。出租车从业人员,由无业者和下岗职工组成,从自由摸索到经过职业培训,素质在提高。出租车市场由于管理力度的加大和监管水平的提高,从无序走向有序,从非规范走上规范。特别是在中宣部组织下由交通部和河北省于1996年6月4日在人民大会堂召开了学习推广石家庄市出租汽车行业“争做文明使者活动,弘扬社会新风”座谈会,又于同年8月2日在石家庄市召开了全国学习推广石家庄出租汽车行业争做文明使者活动经验现场会,发出了全国百个城市交通局运输管理处和百家出租汽车企业联名倡议书,人民日报、中央电视台、经济日报等多家新闻单位做了大量报道;隶属建设部管理的出租车也推出了吉林市出租车行业精神文明建设经验,同年在《人民日报》上发表了新华社记者撰写的《“流动窗口”的文明承诺》长篇报道。无论是交通部还是建设部都要求出租车“争做文明使者,共建文明窗口”,典型经验像春风一样吹遍祖国大地,推进了全国范围内空前规模和影响的出租汽车文明创建活动,使出租汽车客运从业人员的经营思想、职业道德、守法意识、业务水平和服务质量与“窗口”现象,都得到了极大的提高。在活动中,涌现出了一批文明出租车,为城市精神文明建设增添了光彩。的确,出租车服务质量的高低,不仅反映了一台车的经营水平,同时也体现出一个行业、一个地区乃至全民族和整个国家的精神风貌。所以,出租汽车的服务质量和“窗口”文明建设问题,不容忽视。按照出租汽车主管部门服务质量与“窗口”行业的基本要求相比,部分出租车还存在差距,主要服务质量问题表现在以下几个方面:

1. 绕圈宰客,多跑里程多收费

出租车在营运中,应该按照乘客要求送达的地点,选择最佳最近路线行驶。乘客有特殊要求途经某街时,可按乘客指定路线行驶。如果遇到乘客要求到达地点的最近路线因修路等原因无法通过时,在乘客上车报地点时就要说明并征得乘客的同意,不允许行驶很长时间了才告

知乘客。而有一些出租车见到外地旅客或农村旅客,故意绕道来回穿行,以多跑里程的弄虚作假方式多收取乘车费。这种蓄意宰客的做法很不道德,破坏了出租车声誉。

2. 计价器上动手脚,少跑里程多收费

有的出租车在计价器计程价上进行技术改动、调快,犹如小商贩调动了秤,使计价数据加速跳出变高,以便达到少跑里程多收乘车费的目的。有的出租车有计价器却不启动,乘客不问也就不言语,乘客问到时声言计价器坏了,到达乘客要求地点时就高报乘车费。有的出租车就干脆不安装计价器,或安装了又取下来,任凭自己瞒天过海地要价,勒索敲诈乘客。

3. 故意拒载,中途甩客

有的出租车听到乘客报出的地点,由于不合自己的心意或路难走或偏僻等原因,就拒载自行将车开走。有的出租车明明想拒载,却又顺路捎上乘客一段,到达自己要去的的地方后,就借口某种理由不再往前走,收取乘车费后赶乘客下车。有的乘客与之讲理,出租车驾驶员就百般刁难,钱必须付,车还不让坐,霸道蛮横。

4. 拉扯抢客,途中倒客

有的出租车专门跑长途,在火车站和公路客运站旁揽客拼客(合乘)。为了拼足一车四名旅客,大喊大嚷着招揽,见到有人搭话,几台出租车驾驶员就都冲上前去抢客,将旅客拉扯得不知坐谁的好。有的出租车还雇佣拉客仔拉客。这种跑长途的出租车行驶到途中,见到对方来的出租车正是自己要抵达目的地时,就招手喊叫停车,双方将旅客倒卖给对方,又各自掉头回驶。与那种倒客的长途客车是一样的性质一样的做法。惟利是图,伤害了旅客。

5. 不讲文明用语,服务态度恶劣

有的出租车驾驶员说话粗俗低级,回答乘客问话用语不干净或者不告知,语调生冷,甚至胡扯乱侃,为黄色三陪充当皮条客。有的出租车将外来旅客运送到自己熟悉的旅客,收取店家回扣,辜负了乘客的信任,以恶人之心对善意。

(三) 客运站服务

与道路客运服务体系中各部分相比较,客运站的服务质量是成形的、有效的。这与交通运输管理部门多年的培育有关,也是客运站自身不断努力的结果。1953年,交通部颁发了新中国成立后的第一部《公路汽车旅客运输规则》(以下简称《客规》),又先后修订过4次,现行的这一《客规》是1988年1月26日发布的第五部。1964年,全国交通工作会议提出了“安全优质、准确及时、经济方便、热情周到”的16字服务标准,1983年交通部公路字148号文颁布了关于客运工作服务质量的九项指标,1991年10月交通部下达了《汽车旅客运输服务岗位职责及工作标准(试行)》,其后又出台了一些文件,从而较系统地奠定了客运站服务质量理论与政策基础。1963年,毛泽东主席发出“向雷锋同志学习”的号召之后,客运站系统热烈响应,以雷锋精神建站育人,并开展了雷锋杯等一系列“优质服务在岗位,为旅客送温暖”的竞赛活动;改革开放后,交通部在全国范围内开展了评选“文明客运站”工作,又提出了学习严力宾、“华铜海”轮、青岛港和树立行业新风的“三学一树”活动,后又修改为“三学一创”活动,即创建文明行业,推出了30个全国交通文明示范窗口,出台了《全国交通系统创建文明行业实施办法》和《全国交通行业精神文明建设“九五”规划和2010年远景目标》,使道路运输创建文明行业活动走向制度化、规范化,客运站这个“窗口”变得更加文明化。正是由于交通部对客运服务质量制定了定性和定量的规范与要求,并在运营实践中又导入了精神文明建设方面的活动载体,促进客运站以优质服务、优美环境、优良秩序和服务过程程序化、服务管理规范化、服务质量标准化为内容

的“三优”、“三化”目标的实现,提高了站务工作质量,为旅客提供了文明、礼貌、周到、优质的服务。但是,作为道路客运网络主要节点并具有枢纽作用的一、二级客运站,其服务质量方面的不平衡状况和差距还是存在的,主要有:

1. 客运站建设方面

(1)

式加均衡布局”的模式:在城市中心地带建设一座客运中心站,此站集中发长途营运班车、省际班车、旅游班车;在位于城市主干道与环城道相连接的结点及大型商贸批发市场附近,再建若干个分站,发短途班车及郊区班车,发车方向与所处城市主干道的出入口方向相吻合,使旅客能够根据自己出行方向和所乘坐的长短途不同进行相应的选择。县城一般可在城区中心设立一个客运站,集中始发各线班车。同时,也要兼顾公铁分流的需要,依据铁路车站新建道路客运站。凡是具有复线铁路以及铁路客流比较大的城市,就更需要与道路客运相衔接,可以在铁路车站附近建设客运站;在以陆路为主,只有单线铁路的地方或者没有铁路而是以水运为主的地方,客运站选址也可以选在铁路车站或水路码头附近,形成不同运输方式的有机连接。这样,有利于旅客的出行和换乘。可是,在一些地方却往往处于城市交通堵塞现状的考虑,不仅对客车进城做种种限制,而且将客运站强行迁往郊区,偏离了交通消费习惯心理和要求。而郊区远离城区,交通条件差,不适合做客运站这种集散旅客的公益基础设施,旅客需要二三次转乘,既增加了旅客的诸多不便和上站时间,也增加了经济负担。同时,客运站地理位置偏,乘车人数少,客运站和营运客车的经济效益差,容易产生矛盾,影响社会安定和客运业正常发展。

(2)客运站总体建筑和内部布局不合理。道路客运发展迅速,选择它的旅客增多,发车班次越来越密集,同一条线路的班车运行时间越来越短,有的热线上班次间隔时间仅有5 min。这样,旅客滞留客运站的时间也就愈来愈减少,甚至有的买到票后即可检票上车。所以,客运站的平面设计应该考虑大停车场小候车室的格局,使旅客从入站买票到上车成最短的距离,体现出最方便的原则。然而,有一些老站及改建或新建站却相反,采取向天空发展,模拟星级宾馆形式,搞成高层建筑。虽然候车室较大,但是发车场太小,待发客车无地方停,发车站位不够用,真正为旅客和客车服务的建筑面积甚至不足50%。即使候车室有第二层,像火车站式,旅客也感到不方便,或者说在候车方便性上与火车站相比已无优势性可言。这种情况的出现,完全是建站指导思想偏离为旅客和客车服务所造成的,将有限的资金用于高层建筑上,而高层是用来开酒店、宾馆、娱乐场所,以达到为本站创收的目的。如果这种站不是用自有资金或资本营运方式筹集的,而是用旅客交纳的客运基础设施建设基金来建设的,那么就背离了这种来自旅客要用于旅客的基金所规定的原则和目的。诚然,并不是反对客运站发展餐旅业等横向经营性服务业链条,以便以站养站,但是不应该为了把副业蛋糕做大而把直接服务于客车和旅客的基础设施做小,形成客车和旅客对站使用空间缩小,客车进出站不畅,旅客拥挤,呈现超负荷状态。有专家认为,一、二级客运站的占地面积、建筑物面积,主要是直接服务于客车和旅客的,一般不能低于70%,其余30%也应该是间接服务或与之相关的。可见,客运站建设搞成高层建筑,贪大求洋,副业盖主业,违背了客运交易场所需求。因此,应该从实际出发,实事求是,最大限度地满足旅客需求和提高服务质量的要求。

(3)设施设备不完备,违规有偿使用。《客规》对一、二、三、四级客运站体现服务功能的物质条件都有所规定,特别是对一、二级客运站的内部布局和设施设备的定量性要求详细而具体。可是,在一、二级客运站车场,比较普遍的缺少卸车台和装卸行李的机械设备,使站务作业

流程在此断链。有一些站将行包装卸这种属于本职责范围内的服务项目,自己却不干,交给客车车主去干;有的客车车主自己也不干,让旅客去装卸个人行李。由于旅客没有行李装卸的训练和经验,虽然能够把行李装入车顶上的行李栅栏内,却可能因为捆绑不结实,在行车途中被甩掉丢失,造成商损纠纷。还有相当数量的一、二级客运站没有邮政信箱;有饮水设备不用,不供应开水;有的即使用了饮水设备,也是有偿供应,变成卖水经营业务。特别是交通部三令五申不准客运站厕所收费,仍然有我行我素者,对旅客上厕所进行收费。

2 客运站在客车服务方面

(1)不公平售票,不一视同仁。无论是公用型客运站,还是对个体客运户开放的公司客运站,都或多或少、或重或轻的存在这个问题,后者比前者严重得多。客运站作为为客车服务的中介组织和一手托客车、另一手托旅客的双方交易场所,首先要做到一视同仁,公平、公正、公开地对待客车和旅客。就客车而言,第一位的要求就是公平售票,公开地取得经营收入。在仍然是公司门市部的客运站里,售票明显倾向于本公司的车辆,多售多检;排斥非本公司车辆,想尽办法少售少检;甚至明目张胆地让本公司车辆压点,又强迫非本公司车辆提前发车,以便给本公司车辆让位。这种现象的存在,不仅是售票员的个人行为,也是公司客运站的不正当行为。这是因为客运站隶属于公司,与公司客车是一家人,经济利益是同一的,自然发生“一边倒”。所以,客运站体制必须改革,从公司脱离出来,变成独立法人自主经营的实体,使之成为面向全社会开放的公用型客运站。这样,就割断了与公司相连的经济脐带,不再受制于公司,一律平等地对待所有进站客车,公平售票,甚至可以起到客车之间竞争的调节器作用。变为公用型的客运站,还没有发现站领导授意售票员售票偏重谁的现象,而是一再强调公平和一视同仁,不准厚此薄彼,发现谁就处罚谁,乃至下岗。尽管如此,还是有的售票员有意给某车多售人情票的现象。实行微机售票之后,这种现象很好核查和发现,可以加以整顿治理,以至最后消除。问题是有的站,当天晚上制不出日班次流量表,或能制出也不进行分析,这样,就无法及时发现不正常疑点,也就找不到问题的症结在哪里,自然发现不了作弊售票员;或较长时间,或客车车主举报后才发现,或闹出了纠纷才知晓。在长途、短途客车都派发的客运站,有的管理松弛,制度不落实,监督不力,不仅存在上述问题,而且有的售票员不惜出卖本站利益,换取个人好处。有的售票员售票时,给关系客车多售票的同时,把其中的大部分长途客票售成短途票,告诉旅客到车上补并保证不多收钱。这样做的结果,使本站减少了从客票上所提取的站务费收入,售票员得了回扣。从表面看长票短售不属于服务质量问题,其实是售错票这类严重质量问题的异化。客运站作为客运市场经纪人和客车生产组织者,不仅要高效、科学、规范、安全地调度车辆,而且一定要在办站方针上和教育员工上,对所有进站参运的车辆不论其经济性质、隶属关系如何一律平等对待,兼顾各客运经营主体的利益,既维护客车经营者和旅客的合法权益,也要维护客运站利益。而售票员为一己私利如此作弊,是应该查处的。

(2)契约经营关系,站方称“霸”。在社会主义市场经济的条件下,道路客运市场中的中介组织——客运站和客车经营实体,都是市场主体,两者的关系是平等的,应该按照各自分工不同,在交通运输管理部门的规划、指导、管理、监督下,协调配合,各尽其责。这就要求客运站和参营客车之间,建立一种市场经济的契约关系,以经济合同形式或进出站协议形式,明确双方的权益和义务,以及违约所承担的责任。有的没有建立这种契约法律文书,有的建立了这种关系,既写上了参运单位作为运力供给者应该按规定的线路和班次提供合格车辆,保证准班正点等内容,也写上了客运站有效组织、合理配载旅客等内容,但客运站往往更强调对参运客车的管理,应该说具有合理的一面。客运站作为交易中介的业务单位,必须按照运政法规行事,要