

УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ АНКЕТУВАННЯ ПАСАЖИРІВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ ЗА ДОПОМОГОЮ СЕРВІСІВ ОНЛАЙН-ОПИТУВАННЯ

РУДЕНКО Марина

Український державний університет науки і технологій

<https://orcid.org/0000-0003-1135-0295>

e-mail: m.v.rudenko@ust.edu.ua

У статті розглянуто методика використання онлайн-опитувань для збору відгуків пасажирів залізничного транспорту щодо якості наданих їм послуг на кожному етапі їх подорожі – перед, під час та після поїздки, а також підходи до аналізу та використання отриманих даних для покращення якості обслуговування на залізничному транспорті. Інструменти онлайн-опитування, зокрема Google Forms, розглядаються як зручний і ефективний засіб збору даних, який дозволяє швидко та безкоштовно створювати опитувальні анкети та аналізувати результати і допомагає забезпечити конфіденційність відповідей пасажирів. Визначено, що використання інтернет-анкетування пасажирів залізничного транспорту дозволяє отримувати всю необхідну інформацію в режимі реального часу. Досліджено, що реалізація запропонованих заходів може позитивно позначитися на конкурентоспроможності та прибутковості залізничних пасажирських перевезень. У статті описано процес аналізу оцінок пасажирів, який включає етапи збору даних, семантичного аналізу, ідентифікації проблемних ситуацій та розробки стратегій управління якістю, і який дозволяє ефективно реагувати на потреби пасажирів залізничного транспорту та підтримувати високі стандарти обслуговування.

Ключові слова: пасажирів, залізничний транспорт, інтернет-анкетування, онлайн-опитування, якість послуг, аналіз даних, семантичний аналіз, прибутковість.

<https://doi.org/10.31891/mdes/2024-11-12>

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Залізничний транспорт відіграє ключову роль у забезпеченні мобільності та зв'язку, створюючи можливість швидкого та зручного переміщення мільйонів пасажирів щодня.

Залізничний транспорт в Україні обслуговує не лише великі міста, але і віддалені селища та населені пункти, забезпечуючи зв'язок між різними регіонами країни, що важливо не лише для пасажирів, які використовують залізничний транспорт для подорожей, але й для економіки та соціального розвитку, сприяючи розширенню можливостей для бізнесу, туризму та інших сфер життя. Умови воєнного стану обмежують доступ до інших видів транспорту, таких як автомобільний або повітряний транспорт, через різноманітні обмеження або загрози безпеки, що підкреслює ще більшу важливість залізничного транспорту для безпечного пересування великої кількості людей.

Актуальність дослідження обумовлюється тим, що на сьогодні покращення якості обслуговування на транспорті стає пріоритетною задачею для багатьох перевізників, у зв'язку зі зростанням конкуренції та змінами в уявленнях пасажирів про комфорт та якість подорожі. Використання онлайн-опитувань для збору відгуків пасажирів надасть можливість отримати об'єктивну інформацію про їхні потреби та очікування, що дозволить перевізникам адаптувати свої послуги до сьогоднішніх потреб клієнтів. Зростання задоволеності пасажирів, у свою чергу, сприятиме збільшенню їхньої лояльності до перевізника і може призвести до збільшення обсягів пасажирських перевезень, що має прямий вплив на прибутковість транспортних компаній, особливо це важливо для сектору залізничних пасажирських перевезень. Таким чином, розуміння взаємозв'язку між якістю наданих послуг, задоволенням потреб пасажирів та конкурентоспроможністю залізничного транспорту стає ключовим завданням для подальшого ефективного розвитку цієї галузі.

АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Серед зарубіжних та вітчизняних вчених, які досліджують пасажирські перевезення на залізничному транспорті та використовують методи соціологічного опитування і анкетування для збору даних від пасажирів з метою оцінки їхніх потреб і рівня задоволеності, можна виділити таких авторів, як: Аксьонов І.М., Бараш Ю.С., Брег В., Василенко Т.Є., Вінклер А., Дикань В.Л., Еттема Д., Еттема Ф., Калініченко Л.Л., Ларс Е., Матусевич О.О., Марценюк Л. В., Овчиннікова В.О., Сич Є.М., Чаркіна Т.Ю., Яновська В.П та інші. Проте, існуючі теоретичні і практичні дослідження потребують подальшого розвитку та удосконалення, особливо в контексті адаптації до швидко змінюючихся умов та викликів сучасного ринку транспортних послуг.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою статті є дослідження та представлення методики використання онлайн-опитувань для збору відгуків пасажирів залізничного транспорту з метою поліпшення якості обслуговування на кожному етапі їх подорожі – перед, під час та після поїздки. Методика використання онлайн-опитувань є ефективним інструментом для збору відгуків, оскільки дозволяє швидко отримати інформацію від пасажирів. Такий підхід дозволяє операторам залізничного транспорту отримувати зворотний зв'язок від пасажирів не тільки з різних країн, міст, регіонів, а й різних соціальних груп. Також стаття має на меті розглянути підходи до аналізу отриманих даних та їх використання для покращення якості послуг залізничного транспорту.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

В умовах воєнного конфлікту важливо забезпечувати безпеку та ефективність перевезень, а також реагувати на потреби пасажирів швидко та оперативно. У зв'язку з цим, використання онлайн-опитувань стає ще більш важливим інструментом для збору відгуків пасажирів щодо різних аспектів перевезення залізничним транспортом, включаючи і якість обслуговування. Одним з популярних та зручних сервісів для проведення таких опитувань є Google Forms, що надають можливість швидко та безкоштовно створювати та аналізувати опитувальні анкети.

На підставі онлайн-опитувань та отриманих даних керівництво філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця» має можливість контролювати зміни в якості наданих послуг і приймати управлінські рішення, спрямовані на їх утримання на відповідному рівні або їх коригування, щоб відповідати потребам та очікуванням пасажирів.

Процес аналізу оцінок пасажирів залізничного транспорту:

I. Збір даних. На першому етапі здійснюється збір оцінок та відгуків пасажирів залізничного транспорту щодо якості наданих послуг за допомогою електронного анкетування, яке:

- дозволяє пасажирам з легкістю заповнювати анкети в будь-який зручний для них час та в будь-якому зручному для них місці, використовуючи смартфон, планшет, ноутбук або інший пристрій з доступом до Інтернету;

- дозволяє швидко зібрати великий обсяг даних від багатьох пасажирів, і оперативно проаналізувати відгуки та вжити заходів у разі виявлення проблем;

- може бути легко інтегроване з програмним забезпеченням для автоматичної обробки та аналізу даних, що дозволяє швидко і точно аналізувати результати опитування;

- дозволяє зберегти конфіденційність відповідей пасажирів, оскільки вони можуть залишати свої відгуки анонімно;

- дозволяє отримати об'єктивну та репрезентативну інформацію від пасажирів.

II. Семантичний аналіз. На даному етапі проводиться семантичний аналіз наданих оцінок пасажирами залізничного транспорту:

- відповіді учасників опитування переводяться в числові значення або категорії для подальшого аналізу (відповіді на шкалі від 1 до 5 (5 – «відмінно», 4 – «добре», 3 – «задовільно», 2 – «погано», 1 – «дуже погано»));

- зауваження і пропозиції пасажирів аналізуються для виявлення ключових слів і фраз, які вказують на конкретні аспекти обслуговування, такі як безпека, комфорт, пунктуальність, чистота тощо, що допомагає ідентифікувати області, які потребують поліпшень та удосконалень;

- порівняння результатів анкетування з відгуками інших пасажирів для виявлення змін у сприйнятті якості обслуговування.

III. Ідентифікація основних факторів впливу, що призводять до низької якості наданих послуг. Цей етап є ключовим для виявлення та усунення проблем, які впливають на якість обслуговування та задоволення пасажирів, що допомагає забезпечити високу якість обслуговування та підвищити конкурентоспроможність залізничного транспорту на ринку.

IV. Розробка стратегій управління якістю. На останньому етапі розробляються стратегії покращення якості обслуговування з урахуванням виявлених факторів впливу, що може включати: вдосконалення сервісу, а саме впровадження сучасних технологій та інформаційних систем для покращення ефективності та якості обслуговування; розширення асортименту послуг або впровадження нових послуг, що відповідають потребам та очікуванням пасажирів; ефективне управління ресурсами та витратами, виявлення та усунення зайвих витрат, оптимізація бізнес-процесів; навчання та розвиток персоналу для забезпечення високої якості обслуговування та підвищення рівня професіоналізму.

Протягом останніх років було проведено значну кількість наукових досліджень з метою встановлення факторів, що впливають на вибір виду транспорту для поїздок [3-6]. Дослідження цієї теми є важливими з точки зору розуміння поведінки споживачів у сфері транспортних послуг, вони допомагають транспортним компаніям розробляти стратегії покращення якості обслуговування, впроваджувати нові технології та вдосконалювати існуючі послуги з метою їхньої відповідності сучасним стандартам ефективності, оптимізувати використання ресурсів, мінімізувати витрати, забезпечуючи при цьому максимальну продуктивність та високий рівень задоволення пасажирів.

Початок поступового переходу на нові стандарти якісного обслуговування пасажирів визначає важливість розвитку та модернізації послуг АТ «Укрзалізниця», а саме філії «Пасажирська компанія» і її виробничих підрозділів, що дозволить підвищити задоволення пасажирів, забезпечуючи їм комфортні умови на кожному етапі їх подорожі – перед, під час та після поїздки. Важливість кожного з цих етапів можна обґрунтувати наступним чином:

1. Обслуговування перед поїздкою, визначає перший контакт пасажирів з компанією, що включає в себе процес бронювання квитків, доступну інформацію про розклади, маршрути та послуги. Якість обслуговування на цьому етапі має велике значення, оскільки вона формує перше враження у пасажирів. Зручне та ефективне бронювання квитків (на сьогодні існує проблема перепродажу залізничних квитків на чорному ринку, не зважаючи на заходи захисту, що вже існують у системі продажу квитків), а також доступність інформації про розклади і послуги допомагають зробити процес планування подорожі максимально комфортним для клієнтів. Позитивний досвід на цьому етапі може стати вирішальним фактором у виборі пасажиром транспортної компанії для подорожі.

2. Обслуговування під час поїздки, на цьому етапі важливо забезпечити комфорт, безпеку та задоволення потреб пасажирів. Чистота та дотримання санітарних норм і правил, доступ до необхідних послуг (харчування, Wi-Fi, розваги), комунікація персоналу (ввічливе та доброзичливе спілкування) з пасажиром формують позитивний досвід подорожі та впливають на відчуття задоволення пасажирів.

3. Обслуговування після поїздки, цей етап включає: відновлення порядку у вагонах; персонал повинен регулярно перевіряти вагони поїзду, на предмет залишених речей та документів і негайно реагувати на будь-які залишені цінні речі та забезпечити їх безпечно зберігання до повернення власнику; надання допомоги пасажиром з особливими потребами та з обмеженими можливостями; надання інформації про доступні послуги та маршрути громадського транспорту; забезпечення безпеки на вокзалі та допомогу в розкладанні багажу. На цьому етапі важливо надати пасажиром можливість звернутися зі скаргами, зауваженнями або пропозиціями та отримати оперативну відповідь, що дозволить вирішити потенційні проблеми та покращити сервіс у майбутньому, а також підвищить рівень задоволення клієнтів.

Одним з головних елементів управління якістю послуг пасажирських перевезень є оцінка обслуговування яка надає важливу інформацію для аналізу та контролю за якістю наданих послуг.

Впровадження інформаційних технологій у управління якістю пасажирських перевезень на залізничному транспорті є важливим кроком для підвищення його конкурентоспроможності та задоволення потреб пасажирів. Розробка та впровадження інформаційних систем для відстеження якості обслуговування, збирання та аналізу даних про задоволення пасажирів, а також автоматизація процесів взаємодії з клієнтами може допомогти оперативно реагувати на потреби пасажирів, вдосконалювати сервіс та приймати обґрунтовані рішення щодо покращення діяльності залізничного транспорту.

Ефективне використання інформаційних технологій, а саме управління розкладом, бронюванням та продажем квитків в реальному часі може значно підвищити комерційну діяльність в сфері залізничних перевезень, оскільки отримання швидкої і надійної інформації про доступність місць дозволяє пасажиром приймати швидкі та обґрунтовані рішення про подорожі.

Створення додатків для мобільних пристроїв та інтеграція соціальних мереж у залізничні транспортні системи дозволяють підвищити якість обслуговування пасажирів шляхом надання персоналізованих послуг. Використання інтелектуальних технологій, включаючи геолокаційні сервіси, дозволяє збирати дані про маршрути та уподобання пасажирів, що забезпечує індивідуалізований підхід до кожного клієнта, і сприяє збільшенню задоволеності пасажирів та підвищенню загальної якості послуг на залізничному транспорті.

Серед методів дослідження, анкетний метод є одним з найбільш ефективних та широко використовуваних саме для отримання комплексної інформації щодо пасажиропотоків та задоволення потреб населення в транспортних послугах. За допомогою анкетування можна

отримати об'єктивні дані щодо уподобань пасажирів залізничного транспорту, задоволеності рівнем обслуговування, сприйняття якості транспортних послуг та витрат на транспорт.

На сьогодні Google Forms є одним із найбільш популярних, простих та зручних, безкоштовних онлайн-інструментів, який дозволяє створювати анкети та опитувальні форми швидко та легко. Він надає можливість розробляти персоналізовані анкети з різноманітними типами питань, такими як розгорнуті відповіді, вибір з можливих варіантів, шкали оцінювання тощо [1].

За допомогою Google Forms, у жовтні 2023 року було проведено тестове інтернет-анкетування серед пасажирів залізничного транспорту (як частина дослідження). Запропонована анкета, включала 14 основних питань про оцінку якості обслуговування пасажирів залізничного транспорту перед поїздом, під час поїздки та після поїздки. Загалом у дослідженні взяли участь 100 респондентів у віці від 16 до 70+ років (рис. 1). Гендерна структура респондентів розподілилася наступним чином: 63,3% – жінки, 36,7% – чоловіки (рис. 2).

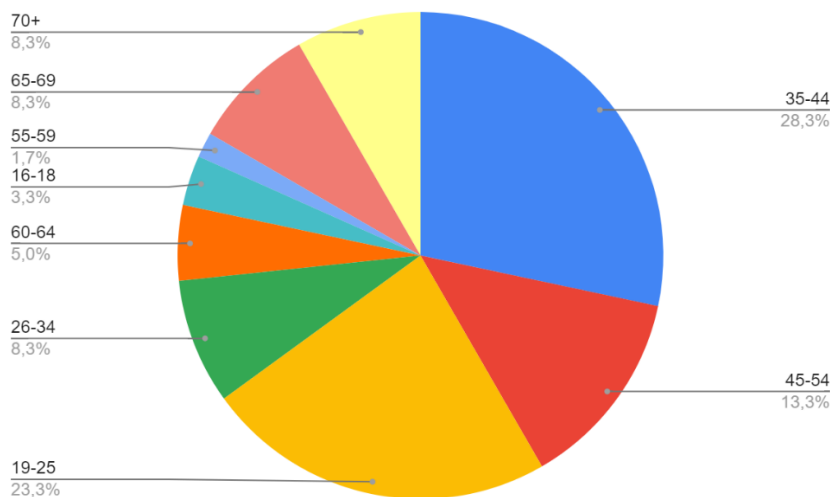


Рис. 1. Відомості про пасажирів. Вік

Джерело: побудовано автором за допомогою Google Forms на основі матеріалів опитування

Пасажирам пропонувалось оцінити якість обслуговування за 5-бальною шкалою задоволення (1 – занадто низька якість обслуговування; 2 – низька якість обслуговування; 3 – задовільна якість обслуговування; 4 – добра якість обслуговування; 5 – висока якість обслуговування), або вибрати потрібний варіант відповіді із запропонованих.

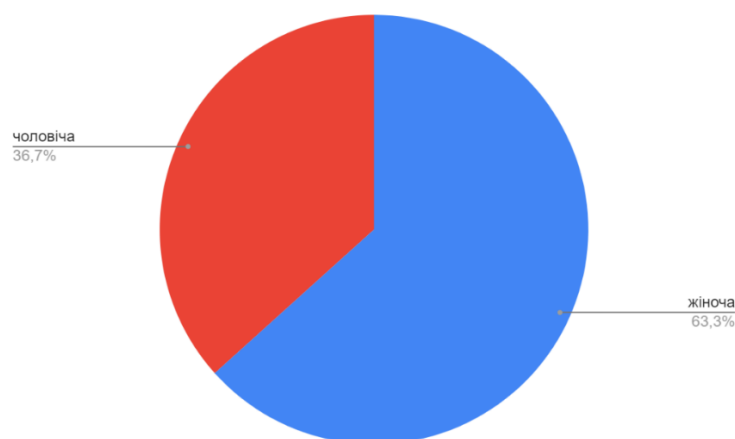


Рис. 2. Відомості про пасажирів. Стать

Джерело: побудовано автором за допомогою Google Forms на основі матеріалів опитування

Окремий інтерес представляють варіанти відповіді на 13 і 14 питання – «Будь ласка, напишіть зауваження які ви хотіли зробити про вашу поїздку або про надання послуг АТ «Українська залізниця»»; «Ваші пропозиції по покращенню якості надаваних послуг АТ «Українська залізниця»».

Дослідження показало, що основну долю на ринку послуг залізничного транспорту – 86,6 %, займають на сьогодні, а саме в умовах воєнного стану, відвідування друзів чи родичів та поїздки в/з відпустки (рис. 3).

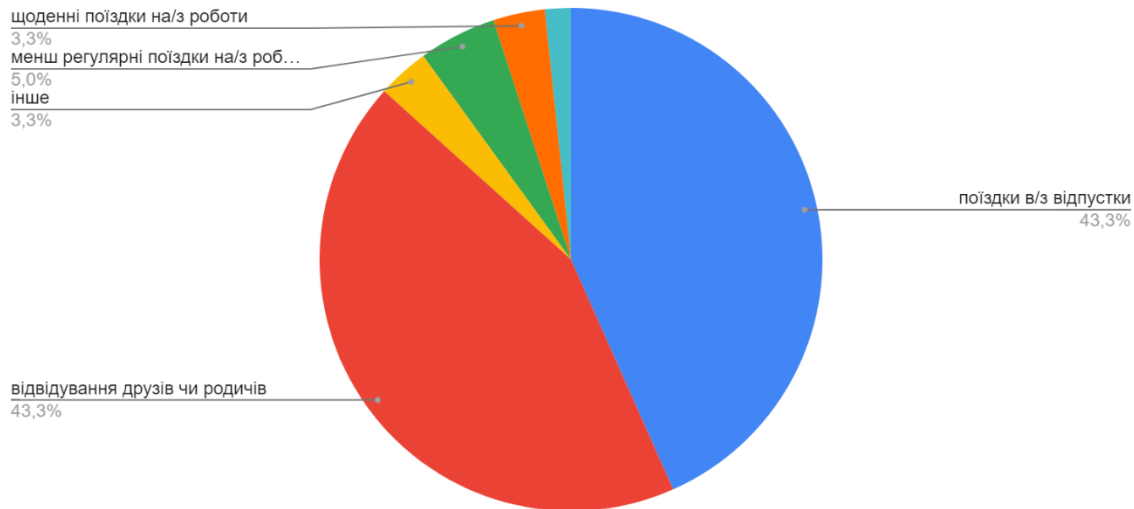


Рис. 3. Відомості про пасажирів. Яка основна мета поїздки

Джерело: побудовано автором за допомогою Google Forms на основі матеріалів опитування

Значна кількість населення країни, яка мешкає в зонах бойових дій, шукає притулку та підтримки у своїх друзів та родичів в інших регіонах України та за кордоном. У таких складних умовах підтримка та зв'язок з близькими має велике значення для психологічного та соціального благополуччя, отже більшість населення віддає перевагу залізничному транспорту як надійному та доступному способу досягнення місця призначення. Здійснення коротких відпусток для відновлення сил та заспокоєння в умовах війни може бути переважною стратегією для багатьох українців, особливо для сімей з дітьми. Цільові напрямки такого відпочинку включають західні регіони України або подорожі за кордон. Залізничний транспорт є одним з найзручніших та доступних способів переміщення по Україні, адже дозволяє швидко та зручно дістатися до багатьох регіонів країни та за її межі. Подорож залізничним транспортом для багатьох є більш економічно вигідною порівняно з іншими видами транспорту, особливо якщо розглядати довгі відстані або подорож з багажем. Дослідження показало, що для пасажирів залізничного транспорту на сьогодні визначальними факторами вважається зручність, висока культура сервісу (професійне та уважне ставлення персоналу), комплекс додаткових послуг, допомога з багажем, інформаційна підтримка щодо поточної ситуації, маршрутів, можливих обмежень або рекомендацій з безпеки.

Зведена діаграма оцінки задоволеності пасажирів послугами залізничного транспорту, в умовах воєнного стану в країні, перед, під час та після поїздки представлена на рис. 4.

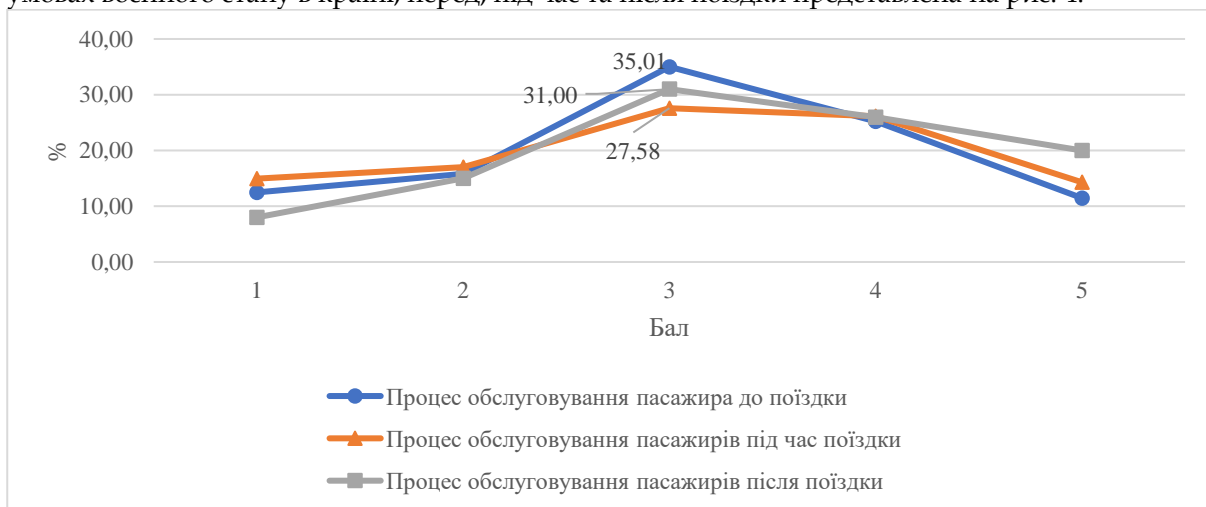


Рис. 4. Оцінка пасажирами залізничного транспорту якості наданих їм послуг філією «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця» (жовтень 2023 року)

Джерело: побудовано автором за допомогою Excel на основі матеріалів опитування

Результати оцінки свідчать про те, що більшість опитаних респондентів, а саме 63,29 %, не були задоволені якістю процесу обслуговування до поїздки залізничним транспортом, оцінюючи його на 1-3 бали з можливих 5, лише невелика частка респондентів – 11,47 %, повністю задоволені процесом обслуговування до поїздки, надаючи йому максимальну оцінку 5 балів. Якістю процесу обслуговування під час поїздки залізничним транспортом значна більшість респондентів, а саме 59,53 % не задоволені, оцінюючи його на 1-3 бали з можливих 5, серед опитуваних всього 14,30 % респондентів повністю задоволені процесом обслуговування під час поїздки, надаючи йому максимальну оцінку 5 балів. Якістю процесу обслуговування після поїздки залізничним транспортом 54,00 % респондентів не задоволені, оцінюючи його на 1-3 бали з можливих 5, серед опитуваних всього 20,00 % респондентів повністю задоволені процесом обслуговування після поїздки надаючи йому максимальну оцінку 5 балів (рис. 4).

Був проведений семантичний аналіз наданих оцінок пасажирями залізничного транспорту (рис. 4) згідно запропонованої методики, яка передбачає впровадження системи електронного анкетування, що дозволило здійснити більш ефективний аналіз задоволеності пасажирів і виявити основні тенденції та проблемні аспекти, які потребують уваги та вдосконалення.

Для проведення семантичного аналізу та побудови графіка частоти вживання термінів спочатку потрібно зібрати всі надані відповіді на питання електронного анкетування та розділити їх на окремі основні проблемні зони для подальшого аналізу (рис. 5-6).

Наведений перелік зауважень респондентів щодо якості наданих послуг філією «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця»:

1. Недостатня чистота. Вагони потягів потребують більш інтенсивного та систематичного прибирання, оскільки низький рівень гігієни негативно впливає на комфорт.
2. Відсутність контролю за споживанням алкогольних напоїв створює неприємні ситуації та порушує загальний порядок у вагонах потягів.
3. Відсутність чистоти та належного стану в туалетних кабінах та тамбурах. Важливо забезпечити регулярне прибирання туалетних кабін та тамбурів під час рейсу та між рейсами. Також важливо забезпечити належне забезпечення туалетних кабін необхідними засобами гігієни, такими як мило, рушники та туалетний папір.
4. Некоректна поведінка провідників створює дискомфорт та негативно впливає на сприйняття подорожі.
5. Недостатній асортимент послуг.
6. Недостатня вентиляція вагонів, яка призводить до дискомфорту та погіршення якості повітря всередині потягу.
7. Неплоадки з дверима купе та обмежений простір для багажу обмежують комфорт та створюють несприятливі умови для подорожі.
8. Недоліки у стані постільної білизни (зношеність, неякісний матеріал та інше) створюють негативне враження про загальний рівень сервісу, навіть якщо запах у вагоні чистий.
9. Недоліки у придбанні квитків. Більшість квитків потрапляють у руки перекупників, які потім перепродають їх за значно завищеними цінами, часто втричі вище, існуючої вартості (рис. 5).

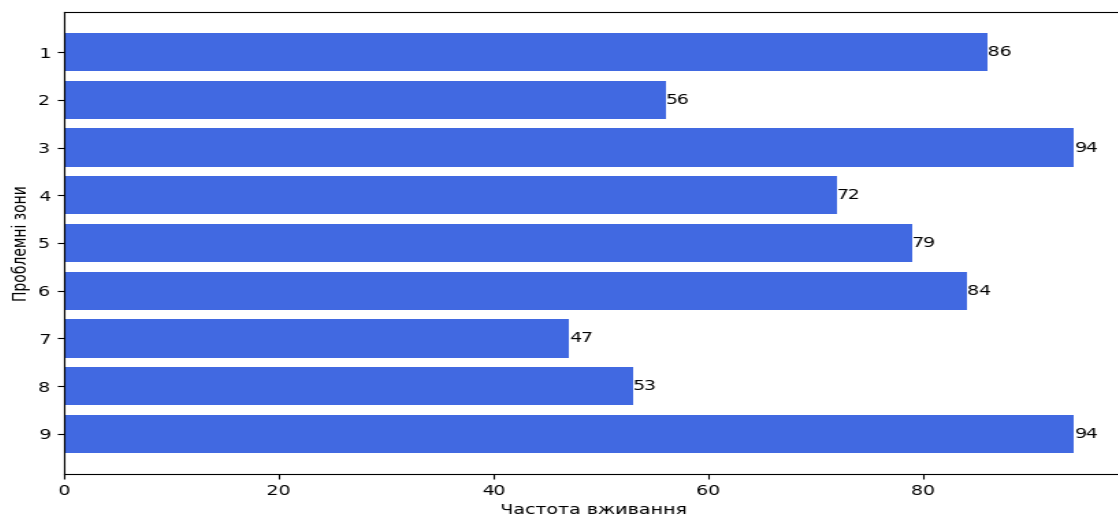


Рис. 5. Частота вживання термінів розподілена на окремі основні проблемні зони (жовтень 2023 року)
Джерело: побудовано автором за допомогою Google Forms на основі матеріалів опитування

Наведений перелік пропозицій респондентів по покращенню якості надаваних послуг філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця»:

1. Чистота вагонів та місць загального користування:

- забезпечення регулярного та ефективного прибирання вагонів;
- введення системи штрафів за куріння та споживання алкоголю на території вокзалу та у потягу.

2. Покращення умов та безпеки пасажирів:

- встановлення тривожних кнопок для підвищення безпеки пасажирів;
- підвищення рівня захисту особистих речей у вагоні;
- налагодження безперервного відеоспостереження в тамбурах та коридорах вагонів.

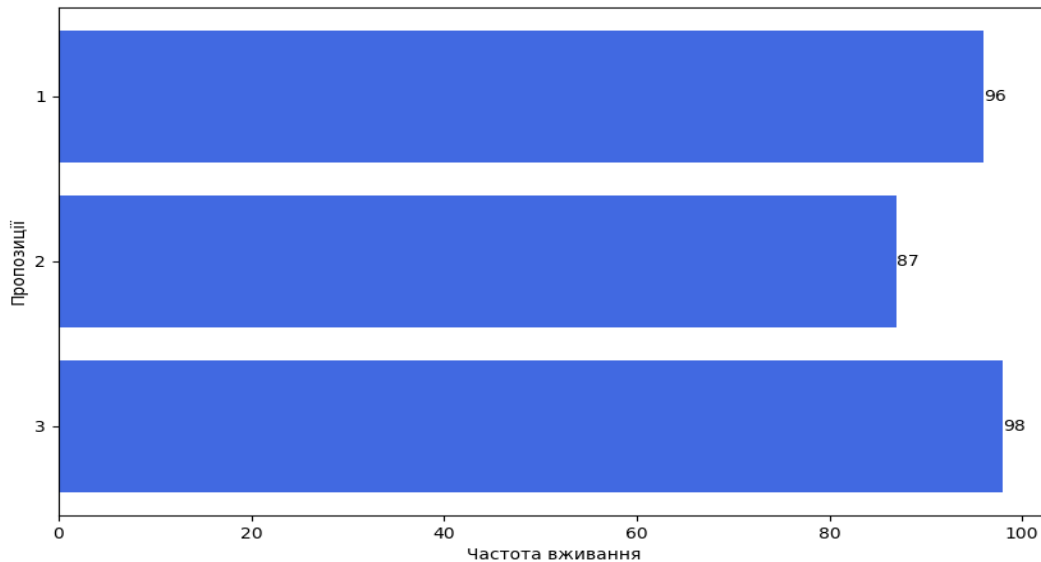


Рис. 6. Частота вживання термінів розподілена на окремі основні пропозиції (жовтень 2023 року)

Джерело: побудовано автором за допомогою Google Forms на основі матеріалів опитування

3. Покращення сервісу та комфорту:

- можливість зміни посадкового місця відповідно до потреб пасажирів та технічних можливостей вагонів;

- оновлення вагонів та покращення умов в них;
- вдосконалення туалетних кабін та вентиляції вагонів;
- підвищення ввічливості та контролю поведінки персоналу залізниці;
- збільшення різноманітності та якості доступних страв та напоїв у вагонах ресторанів.

Введення спеціальних меню для пасажирів із дієтичними обмеженнями або особливими харчовими вимогами;

- розширення асортименту різноманітних послуг (рис. 6).

За результатами соціологічного опитування виявлено, що більшість респондентів висловили незадоволення стосовно якості наданої інформації на офіційному веб-сайті АТ «Укрзалізниця», що вказує на потребу вдосконалення та покращення доступності інформації для пасажирів (рис. 7). Удосконалення інтерфейсу, розширення функціоналу пошуку, якісне поповнення контенту та забезпечення актуальності інформації, саме такі заходи допоможуть підвищити задоволення пасажирів та покращити їх досвід використання веб-сайту для отримання потрібної інформації про послуги та розклади перевезень.

Розвиток додатків для мобільних пристроїв та інтеграція їх з соціальними мережами значно полегшує взаємодію між пасажиром та залізничним транспортом. За допомогою таких додатків пасажир швидко та зручно отримує інформацію про розклади поїздів, стан руху поїздів у реальному часі, а також сповіщення про зміни або затримки. Інтеграція геолокаційних сервісів дозволяє пасажиром визначати своє місцезнаходження у відношенні до зупинок та вокзалів, отримувати рекомендації щодо найближчих маршрутів, а також знаходити найближчі пункти обслуговування.

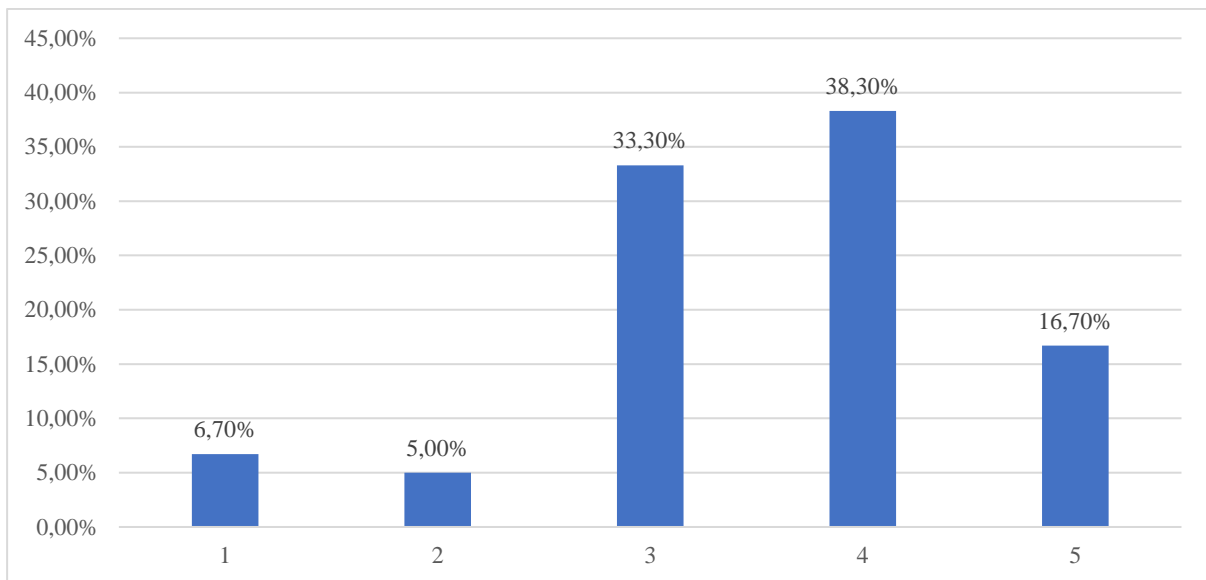


Рис. 7. Оцінка зручності та корисності веб-сайту АТ «Укрзалізниця» (жовтень 2023 року)

Джерело: побудовано автором за допомогою Excel на основі матеріалів опитування

Інтеграція мобільних додатків з соціальними мережами і веб-сайтом АТ «Укрзалізниця» та використання геолокаційних сервісів для полегшення взаємодії між пасажирами та залізничним транспортом є значним зрушенням у напрямку зручності та ефективності. Однак, ще є певні аспекти, які потребують удосконалення, для того щоб забезпечити максимальну задоволеність пасажирів які користуються послугами залізничного транспорту.

Розділ «Зворотний зв'язок» у мобільних додатках, у соціальних мережах та на веб-сайті АТ «Укрзалізниця» є важливим інструментом для покращення якості обслуговування, адаптації до потреб клієнтів та збільшення прибутковості пасажирських перевезень. Включення в цей розділ електронної форми опитування пасажирів залізничного транспорту, з можливістю вступу до інтерактивного діалогу – «Анкета для пасажирів, які користуються послугами залізничного транспорту» може стати ключовим кроком у підвищенні конкурентоспроможності та ефективності діяльності філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця» (рис. 8).

30.01.24, 11:02

Анкета для пасажирів які користуються послугами залізничного транспорту

Анкета для пасажирів які користуються послугами залізничного транспорту

Шановні пасажирів! Керівництво філії

«Пасажирська компанія» піклується про своїх клієнтів, тому для нас дуже важлива думка про якість наданих послуг. Ми хочемо удосконалити сервіс, підвищити культуру обслуговування і обати про чистоту і комфорт та просимо Вас витратити кілька хвилин і заповнити цю анкету.

Зірочка (*) указує, що запитання обов'язкове

Секція 1. Відомості про пасажирів

1. Стать: *

Виберіть лише один варіант.

- чоловіча
 жіноча

2. Вік: *

Виберіть лише один варіант.

- 16-18
 19-25
 26-34

Рис. 8. Вигляд електронної анкети для пасажирів які користуються послугами залізничного транспорту

Джерело: побудовано автором за допомогою Google Forms

Використання онлайн-опитувань та аналіз наданих відповідей на питання електронного анкетування пасажирями залізничного транспорту, на сьогодні, є важливим інструментом для покращення якості обслуговування та впровадження філією «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця» клієнтоорієнтованих стратегій управління.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Використання онлайн-опитувань для збору відгуків пасажирів залізничного транспорту є ефективним методом для покращення якості обслуговування, який дозволяє виявляти проблемні ситуації, вдосконалювати процеси та пропонувати нові послуги, що відповідають потребам пасажирів. Реалізація запропонованих заходів може позитивно позначитися на конкурентоспроможності та прибутковості пасажирських залізничних перевезень, забезпечуючи високий рівень задоволення клієнтів та стабільність діяльності філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця» в складних умовах воєнного стану в країні.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Белікова Ю.В. Технологія створення онлайн анкети для маркетингово-моніторингових опитувань за допомогою Google Forms. *Менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики* : збірник наукових статей IV міжнародної науково-практичної internet-конференції. Харків : НФаУ, 2016. С. 67-74. URL: <http://www.repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/12331/1/GoogleFORMS.pdf>
2. Шкуліпа Л.В. Можливості соціального анкетування для аналізу соціального захисту працівників залізничного транспорту. *Економічний аналіз*. Тернопіль : Економічна думка, 2012. – Т. 11 (3). – С. 131-139.
3. Brög, W., Erl, E., Ker, I., Ryle, J., & Wall, R. (2009). Evaluation of voluntary travel behavior change: Experiences from three continents. *Transport Policy*. Vol. 16, (6), pp. 281-292.
4. Ettema, Dick & Gärling, Tommy & Eriksson, Lars & Friman, Margareta & Olsson, Lars & Fujii, Satoshi. (2011). Satisfaction with travel and subjective well-being: Development and test of a measurement tool. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*. Vol. 14 (3), pp. 167-175.
5. Gao, Y. (2018). Travel satisfaction and subjective well-being: a behavioral modeling perspective. [Phd Thesis 1 (Research TU/e / Graduation TU/e), Built Environment]. Technische Universiteit Eindhoven. https://pure.tue.nl/ws/portalfiles/portal/93119163/20180411_Gao.pdf
6. Winkler, Ágoston. (2010). Collecting public transport passenger preference data online. *Pollack Periodica*. Vol. 5 (2), pp. 119-126.

REFERENCES:

1. Bielikova, Y.V. (2016). Tekhnolohiia stvorennia onlain ankety dlia marketynhovo-monitorynhovykh opytuvan za dopomohoiu Google Forms. *Menedzhment ta marketynh u skladі suchasnoi ekonomiky, nauky, osvity, praktyky* : zbirnyk naukovykh statei IV mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi internet-konferentsii. pp. 67-74. URL: <http://www.repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/12331/1/GoogleFORMS.pdf>
2. Shkulipa L.V. (2012). Mozhylyvosti sotsialnoho anketuvannia dlia analizu sotsialnoho zakhystu pratsivnykiv zaliznychnoho transportu. *Ekonomichnyi analiz*. Vol. 11 (3), pp. 131-139.
3. Brög, W., Erl, E., Ker, I., Ryle, J., & Wall, R. (2009). Evaluation of voluntary travel behavior change: Experiences from three continents. *Transport Policy*. Vol. 16, (6), pp. 281-292.
4. Ettema, Dick & Gärling, Tommy & Eriksson, Lars & Friman, Margareta & Olsson, Lars & Fujii, Satoshi. (2011). Satisfaction with travel and subjective well-being: Development and test of a measurement tool. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*. Vol. 14 (3), pp. 167-175.
5. Gao, Y. (2018). Travel satisfaction and subjective well-being: a behavioral modeling perspective. [Phd Thesis 1 (Research TU/e / Graduation TU/e), Built Environment]. Technische Universiteit Eindhoven. https://pure.tue.nl/ws/portalfiles/portal/93119163/20180411_Gao.pdf
6. Winkler, Ágoston. (2010). Collecting public transport passenger preference data online. *Pollack Periodica*. Vol. 5 (2), pp. 119-126.

IMPROVING THE PASSENGER SURVEY PROCESS FOR RAILWAY TRANSPORTATION THROUGH ONLINE SURVEY SERVICES

RUDENKO Maryna

Ukrainian State University of Science and Technologies

As online surveys become more integrated into the fabric of railway operations, their role in shaping future profitability becomes increasingly significant. By harnessing the insights gleaned from a larger pool of passenger feedback, railways can anticipate evolving preferences and tailor their services accordingly, thus enhancing overall satisfaction and loyalty. This proactive engagement not only secures a competitive edge in the market but also positions railways to capitalize on emerging trends and opportunities, ultimately driving sustained profitability in passenger transportation for years to come.

The article discusses the methodology of using online surveys to gather feedback from railway passengers regarding the quality of services provided at each stage of their journey – before, during, and after the trip, as well as approaches to analyzing and utilizing the obtained data to improve the quality of service in railway transportation. Online survey tools, such as Google Forms, are considered a convenient and effective means of collecting data, allowing for the quick and cost-free creation of questionnaires and analysis of results while ensuring the confidentiality of passengers' responses.

It is determined that the use of internet surveys of railway passengers enables the acquisition of all necessary information in real-time. The implementation of the proposed measures is found to positively impact the competitiveness and profitability of railway passenger transportation. The article describes the process of analyzing passengers' ratings, which includes data collection, semantic analysis, identification of problematic situations, and development of quality management strategies, enabling effective response to the needs of railway passengers and maintaining high service standards.

In the context of a state wartime conditions, the relevance of online surveys in the railway sector becomes even more pronounced. Amidst challenges such as restricted mobility and heightened security concerns, maintaining efficient and customer-centric railway operations is crucial. Online surveys provide a vital mechanism for gathering feedback, enabling rapid adjustments to service delivery to meet evolving needs and priorities during times of crisis. By leveraging these tools effectively, railways can not only ensure the continuity of essential transportation services but also contribute to the overall resilience and effectiveness of national infrastructure in times of uncertainty and upheaval.

Keywords: *passengers, railway transport, internet surveys, online surveys, service quality, data analysis, semantic analysis, profitability.*