

# ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

УДК 656.072.6

JEL Classification: A14, C13, K13, L92

DOI: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.28.2024.302769>**Руденко М. В.**здобувач ступеня доктора філософії з економіки  
ORCID ID: 0000-0003-1135-0295**Добрик Л. О.**кандидат економічних наук, доцент  
ORCID ID: 0000-0002-3853-9285

Український державний університет науки і технологій

**Rudenko Maryna, Dobryk Liliia**

Ukrainian State University of Science and Technologies

## ЯКІСТЬ ПОСЛУГ ПАСАЖИРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ ТА ЇХ СПОЖИВЧА ОЦІНКА QUALITY OF PASSENGER TRANSPORTATION SERVICES BY RAIL AND THEIR CONSUMER ASSESSMENT

У статті наведено результати маркетингового дослідження з оцінки якості послуг пасажирських перевезень на залізничному транспорті методом анкетування, а також визначено ступень задоволеності пасажирів організацією залізничних перевезень. Розроблено шаблон анкети для заповнення пасажирами залізничного транспорту, яка не забере багато часу у пасажирів і дасть повну інформацію про ступінь його задоволеності та передумови для вирішення наявних проблем з якісного обслуговування. Наведено результати апробації запропонованої методики на прикладі філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця». За результатами проведеного соціологічного дослідження з'ясовано, яка категорія пасажирів найбільше не задоволена якістю перевезень філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця» та в яких аспектах. Проведення маркетингового дослідження з оцінки якості послуг пасажирських перевезень є найважливішим елементом системи управління якістю послуг на залізничному транспорті, адже воно не тільки дозволяє проводити контроль рівня якості пасажирського обслуговування, а також надає базу для аналізу та прийняття ефективних управлінських рішень, і забезпечує зворотний зв'язок, необхідний для будь-якої стійкої та здатної до розвитку системи. Запропоновано проводити оцінку споживчих переваг на постійній основі з метою формування клієнтоорієнтованих залізничних послуг, що є одним із основних напрямків, який дозволяє оцінити вплив якості обслуговування на рентабельність, витратовіддачу, продуктивність праці, оборотність оборотних коштів, фондівіддачу, виявити підкритерії, які надають найбільший вплив і провести порівняльний аналіз ефективності прийнятих управлінських рішень щодо підвищення якості обслуговування на залізничному транспорті. Результати оцінки якості послуг пасажирських перевезень залізничним транспортом можуть бути використані як для виявлення основних недоліків обслуговування, так і для визначення шляхів їх подолання, що і надасть можливість забезпечення соціально-економічної ефективності пасажирських перевезень на залізничному транспорті України.

**Ключові слова:** якість послуг, пасажирські перевезення, залізничний транспорт, методика, оцінка, маркетингове дослідження, анкетування.

Today, in the conditions of intense competition in the market of transportation services, for the successful development of passenger rail transport, two tools should be applied: the development of uniqueness (creating a set of distinctive features that constitute uniqueness) and positioning (creating an accent, emphasizing those characteristics that currently differentiate it from competitors and attract potential passengers). Problems in the internal development of passenger rail transport and external environmental factors lead to a decrease in its competitiveness. Therefore, the implementation of a modern quality service management system aimed at improving technical, technological, and organizational-economic processes becomes particularly important. This article presents the results of a marketing research on the assessment of the quality of passenger transportation services by rail through surveying, as well as determining the level of passenger satisfaction with the organization of railway transportation. A questionnaire template for railway passengers has been developed, which will not take much time for passengers and will provide complete information about their satisfaction level and the prerequisites for resolving existing quality service problems. The results of the proposed methodology have been tested using the example of the «Passenger Company» branch of JSC «Ukrzaliznytsia». The results of the sociological research have revealed which category of passengers is most dissatisfied with the quality of the services of the «Passenger Company» branch of JSC «Ukrzaliznytsia» and in which aspects. Conducting marketing research to assess the quality of passenger transportation services is the most crucial element of the quality service management system in railway transport, as it not only allows for controlling the quality of passenger service but also provides a basis for analyzing and making effective management decisions, ensuring the necessary feedback for a sustainable and developing system. It is proposed to conduct a continuous evaluation of consumer preferences to shape and offer

*customer-oriented railway services, which is one of the main directions that allows evaluating the impact of service quality on profitability, cost-effectiveness, labor productivity, working capital turnover, capital turnover, identifying sub-criteria with the greatest impact and conducting a comparative analysis of the effectiveness of management decisions to improve the quality of service in railway transport. The results of assessing the quality of passenger transportation services by rail can be used both to identify the main shortcomings of service and to determine ways to overcome them, which will enable the provision of socio-economic efficiency of passenger transportation by rail transport in Ukraine.*

**Keywords:** quality of service, passenger transportation, railway transport, methodology, assessment, marketing research, survey.

**Постановка проблеми.** На сьогодні пасажирські перевезення залізничним транспортом були і залишаються найпопулярнішим видом транспорту, адже при плануванні поїздок (особливо в умовах воєнного стану, як один із найнадійніших способів евакуюватися до Європи) його розглядають понад 80% населення України.

На шляху до конкурентного ринку залізничних пасажирських перевезень (в рамках імплементації норм регламенту (ЄС) № 1371/2007 Європейського парламенту та Ради – «Регламент щодо прав і обов'язків пасажирів залізничного транспорту»), ключовим фактором підвищення ефективності на ринку транспортних послуг повинен бути високий рівень якості обслуговування пасажирів [1; 8].

Протягом останніх років, навіть в умовах ринку, пасажирські перевезення вітчизняним залізничним транспортом загалом залишаються збитковими, а існуючі стандарти надання послуг залізничної інфраструктури не відповідають тенденціям ринкової економіки, а також вимогам самих пасажирів.

Сьогодні підвищення якості послуг має важливе значення для залізничного транспорту, клієнтів (пасажирів), національної економіки країни в цілому, особливо в контексті інтеграції України в Європейський Союз (ЄС). Адже надання якісних послуг пасажирів сприятиме збільшенню рентабельності філії «Пасажирська компанія» та зростанню престижу АТ «Укрзалізниця».

Об'єктивна оцінка якості послуг пасажирських перевезень залізничним транспортом, яка є головним елементом системи управління якістю послуг, можлива в тому випадку, коли представлена узагальнена характеристика всього технологічного (сервісного) циклу обслуговування. Важливо зауважити, що на сьогоднішній день не існує однієї загальноприйнятої методології для оцінки якості пасажирського обслуговування на залізничному транспорті.

З метою утримання частки транспортного ринку та підвищення рівня обслуговування пасажирів, на залізничному транспорті України мають регулярно проводитися маркетингові дослідження, основним завданням яких, повинно бути визначення рівня задоволеності пасажирів організацією перевезень наступним чином: перед поїздкою; під час поїздки; після поїздки.

Одним з найбільш доступних джерел отримання інформації, для визначення ступеня задоволеності пасажирів якістю наданих залізничних послуг, є анкетування, яке може бути використане при масовому опитуванні, і яке дозволяє швидко отримати відгуки великої кількості осіб, не потребуючи значних витрат на найм інтерв'юєрів або інших ресурсів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** На сьогодні в науковій літературі відсутній комплексний підхід до оцінки якості обслуговування пасажирів

на залізничному транспорті, який враховував би усі аспекти управління, організації, економічної діяльності та передумови технологічних змін, що пов'язані з функціонуванням залізничного транспорту. Це сталося через те, що наукові дослідження, зазвичай, фокусуються на окремих аспектах системи управління якістю послуг на залізничному транспорті.

Зарубіжні та вітчизняні вчені і дослідники, чия область інтересів включає пасажирські перевезення на залізничному транспорті: Девід А. Хеншер, Йосеф Мікулік, Кеннет Дж. Баттон, Найджел Г. М. Вільсон та інші – наукові праці яких містять аналіз пасажирського транспорту та використання методів соціологічного опитування і анкетування для збору даних від пасажирів з метою оцінки їхніх потреб і задоволеності; Аксьонов І. М., Бараш Ю. С., Бобиль В. В., Богомолва Н. І., Василенко Т. Є., Дикань В. Л., Ейтутіс Г. Д., Єр'оміна М. О., Ільчук, В. П., Калініченко Л. Л., Матусевич О. О., Овчиннікова В. О., Сич Є. М., Чаркіна Т. Ю., Юхновський І. Р., Яновська В. П та інші – наукові праці яких пов'язані з дослідженнями у галузі залізничного транспорту та розглядом питань підвищення ефективності функціонування ринку пасажирських залізничних перевезень.

В рамках запропонованого нами методу дослідження рівня якості послуг пасажирських перевезень лежить низка наукових досліджень в галузі процедур оцінки ступеня задоволеності або незадоволеності пасажирів, споживачів послуг: методика оцінки якості послуг SERVQUAL, що базується на п'яти основних аспектах якості обслуговування, які включають – матеріальні аспекти обслуговування, надійність, відчуття відповідальності, відчуття впевненості та емпатію. Проведення досліджень за методикою SERVQUAL дозволяє здійснити оцінку задоволеності пасажирів шляхом аналізу їхніх вражень від обслуговування на різних етапах подорожі, і дозволяє ідентифікувати слабкі місця у наданні послуг та зосередитися на їх вдосконаленні (А. Парасураман, Л. Беррі, В. Зейтамл) [2, с. 23]; методика оцінки якості послуг SERVPERF, яка зосереджується лише на фактично наданих послугах, без порівняння з очікуваннями клієнтів (пасажирів) (Дж. Кронин, С. Тейлор) [3]. Основна відмінність між методикою SERVQUAL і методикою SERVPERF полягає в тому, що SERVPERF не враховує передчуття або очікування пасажирів перед отриманням послуги (перед поїздкою), замість цього, вона аналізує саме враження та сприйняття пасажирів після отримання послуги (після поїздки) [3, с. 59]; методика оцінки задоволеності клієнтів (пасажирів) за допомогою Kano Model розподіляє їх вподобання на п'ять категорій в залежності від впливу на задоволення – азові потреби, потреби в продуктивності, потреби в захопленні, байдужі потреби, обернені потреби (негативного сприйняття) [4, с. 41].

Аналіз наявних наукових досліджень свідчить про те, що, не зважаючи на широкий спектр інтересів вчених у сфері даної проблематики, залишаються не вирішеними питання стосовно визначення споживчого сприйняття рівня якості пасажирських послуг на залізничному транспорті. Деякі аспекти цієї проблеми досліджено недостатньо повно, зокрема, не вивчені питання створення концептуальних, методологічних і методичних основ для вдосконалення та впровадження системи управління якістю послуг на залізничному транспорті.

**Формулювання цілей статті.** Мета статті полягає в аналізі якості послуг пасажирських перевезень філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця» та їх споживчій оцінці.

**Виклад основного матеріалу.** З врахуванням зростання конкуренції у сфері надання транспортних послуг, філія «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця» та її пасажирів стикаються з основною проблемою – відсутність уніфікованої методології для оцінки якості пасажирських послуг. Однак покращення якості обслуговування пасажирів набуває великого значення, оскільки це може призвести до збільшення обсягу перевезень залізничним транспортом, підвищення рентабельності і підвищення престижу залізничної галузі країни, що сприятиме забезпеченню захисту пасажирів на отримання ними якісних та безпечних послуг, а також національному розвитку економіки в цілому. З цього випливає необхідність постійної та системної роботи філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця» в контексті впровадження нових стандартів обслуговування, з метою поліпшення якості послуг та моніторингу задоволеності споживачів пасажирськими послугами.

Для оцінки якості послуг, які надаються філією «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця», нами були проведені маркетингові дослідження пасажирських перевезень.

Послідовність стадій проведення анкетного опитування задоволеності пасажирів послугами залізничного транспорту:

Етап 1. Формування мети, завдання, об'єкту дослідження, об'єкту опитування:

1. Мета дослідження: визначення рівня задоволеності пасажирів послугами філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця».

2. Завдання дослідження: збір і аналіз відгуків пасажирів залізничного транспорту про процес їх обслуговування до поїздки, під час поїздки та після поїздки; оцінка рівня задоволеності пасажирів поїздкою та наданими послугами; визначення ключових проблем або недоліків у наданні послуг; розробка можливих рекомендацій або заходів для покращення якості обслуговування та задоволеності пасажирів.

3. Об'єкт дослідження: послуги філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця».

4. Об'єкт опитування: пасажирів які користуються послугами філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця».

5. Предмет дослідження: ставлення пасажирів до наданих їм послуг.

Етап 2. Організація проведення дослідження:

1. Узгодження запитань для анкетування.

2. Визначення методу збору даних.

3. Визначення обсягу вибірки.

4. Визначення часу і місця анкетування.

5. Планування процедур обробки та аналізу отриманих даних.

Етап 3. Опитування пасажирів ринку послуг залізничного транспорту:

1. Проведення опитування.

2. Збір результатів анкетування.

3. Забезпечення конфіденційності та етичності.

Етап 4. Аналіз результатів опитування:

1. Комп'ютерна обробка отриманих даних та визначення результатів анкетування.

2. Підготовка таблиць і графіків.

3. Аналіз результатів дослідження.

На рис. 1 представлено етапи впровадження методики оцінки рівня якості послуг пасажирських перевезень.

В основі запропонованої нами методики лежить розробка анкет для пасажирів які користуються послугами залізничного транспорту, що дозволить покращити якість наданих послуг та краще адаптувати транспортні пропозиції філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця» до потреб пасажирів. При складанні анкет, пропонується питання, які пов'язані з оцінкою рівня якості послуг, згрупувати в декілька блоків – процес обслуговування до поїздки, під час поїздки, після поїздки, з метою можливості визначення ключових напрямів удосконалення обслуговування пасажирів на різних стадіях перевізного процесу.

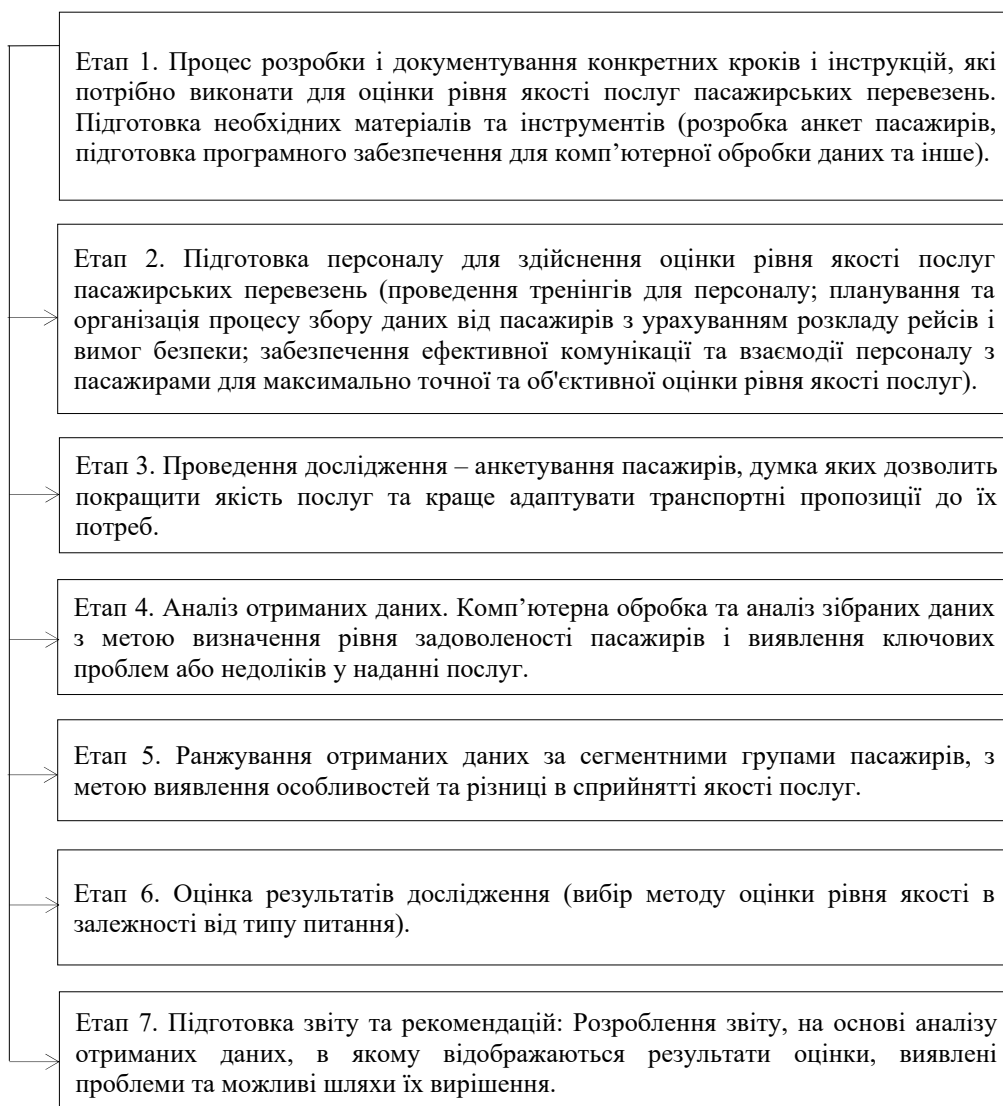
Існуючі стандарти якості надання послуг філією «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця» не відповідають сучасним тенденціям ринкової економіки, а також вимогам, що пред'являються з боку пасажирів. Основними причинами цього є – значний моральний знос пасажирського рухомого складу (на сьогодні досягає практично 88%), низький рівень використання новітніх інформаційних технологій, а також низький рівень технологічного процесу надання послуг.

Головне завдання полягає в отриманні індексів задоволеності пасажирів наданими послугами філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця» на кожній стадії перевізного процесу з метою оцінки результативного показника.

При анкетуванні важливо правильно розробити анкету, яка не забрала б багато часу у пасажирів і дала б повну інформацію про рівень його задоволеності та передумови для вирішення наявних проблем. Для отримання пропозицій щодо покращення роботи філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця» в анкеті використовується метод відкритих питань.

Проведення систематичного анкетування дозволяє постійно мати поінформованість про попит та проблеми організації пасажирських перевезень. Крім з'ясування особистих даних (інформації про пасажирів), в анкету включено питання: наскільки пасажирів подобається стан пасажирських поїздів; як часто він здійснює поїздки; чи купує завчасно квитки або в день поїздки. Завдяки таким питанням складається соціальний портрет пасажирів, який допомагає зрозуміти, яка категорія пасажирів на що скаржиться, та наскільки претензії обґрунтовані? А вже виходячи з цього покращуватиметься якість обслуговування.

Нами була розроблена анкета, за якою проведено анкетування пасажирів АТ «Укрзалізниця» до сфери діяльності якого входять Донецька, Львівська, Одеська,



**Рис. 1. Оцінка рівня якості послуг пасажирських перевезень залізничним транспортом**

*Джерело: авторська розробка*

Південна, Південно-Західна та Придніпровська залізниця, а також інші підприємства та організації єдиного виробничо-технологічного комплексу, що забезпечують перевезення пасажирів. Дана методика була апробована нами також у періоди пікового попиту (зимовий і літній) на послуги залізничного транспорту, з метою охоплення найбільшої кількості різних споживчих сегментів. Для пасажирів філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця» була розроблена анкета, яку було умовно поділено на 4 секції. Мета першої секції «Відомості про пасажирів» – сегментація пасажирів на основі різних критеріїв, три інші присвячені оцінці рівня якості послуг залізничного транспорту: «Процес обслуговування пасажирів до поїздки» характеризує транспортну доступність; «Процес обслуговування пасажирів під час поїздки» характеризує транспортну надійність і зручність; «Процес обслуговування пасажирів після поїздки» характеризує транспортну результативність.

Анкетування пасажирів залізничного транспорту складається з наступних етапів:

I. Складання анкети.

II. Визначення обсягу вибірки.

III. Тестування анкет у пробному інтернет-анкетуванні за допомогою сервісу Google Форми (перевірка анкети на наявність помилок та відповідність меті дослідження).

IV. Збір інформації про споживчу оцінку якості послуг пасажирських перевезень залізничним транспортом.

V. Обробка та аналіз заповнених анкет.

За запропонованою анкетною у період з 2017 по 2023 рік було опитано 644 пасажирів, більшість яких активно брала участь в анкетуванні, що свідчить про їх зацікавленість і впевненість у негайному реагуванні філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця» на пропозиції та скарги, що надходять.

В ході обробки даних опитування використовуються якісні і кількісні запитання для комплексного аналізу та споживчої оцінки якості послуг. Кількісні питання дозволяють отримати числові дані, які можна виміряти та порівняти, в той час як якісні питання допомагають виявити проблеми, які не завжди можна виразити числовими оцінками, але вони є важливими для пасажирів залізничного транспорту задля вира-

ження думок і вражень щодо процесу обслуговування. Обидва типи питань важливі для отримання повної картини та розуміння результатів опитування.

Було розроблено 37 запитань, серед яких 9 є кількісними і оцінюються за 5-бальною шкалою (5 – «відмінно», 4 – «добре», 3 – «задовільно», 2 – «погано», 1 – «дуже погано»).

Розрахунок обсягу вибірки, рівня довіри і середнього квадратичного відхилення є важливими кроками при проведенні опитування пасажирів філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця» з метою забезпечення достовірності і репрезентативності результатів.

Визначивши рівень значущості ( $\alpha$ )=0,05, що відповідає 95% довіри і 8 ступенів свободи, нами було розраховано критичне значення з розподілу Стьюдента (t-розподілу) яке дорівнює близько 2,306 і яке можна використовувати для обчислення інтервалу довіри для середнього значення нашої вибірки. Отримане середньоквадратичне відхилення, яке дорівнює приблизно 0,4467 означає, що більшість оцінок пасажирів знаходяться досить близько до середнього значення, і вони не розходяться значно від нього. За результатами опитування, середня оцінка якості обслуговування пасажирів становить приблизно 3,59 за 5-бальною шкалою, і свідчить про те, що в цілому обслуговування пасажирів оцінюється як задовільне.

Інтервал довіри для середнього значення можна обчислити за допомогою наступної формули [5, с. 130]:

$$\text{Інтервал довіри} = \bar{X} \pm \left( \frac{t \times S}{\sqrt{n}} \right), \quad (1)$$

де  $\bar{X}$  – середнє значення (середній бал);

S – середньоквадратичне відхилення;

t – критичне значення з розподілу Стьюдента;

n – розмір вибірки.

Рівень помилки для даних при рівні довіри 95% становить приблизно 0,0236, тобто середнє значення оцінок якості обслуговування пасажирів може відрізнитися на цю величину від обчисленої середньої оцінки.

Отже, інтервал довіри для середнього балу оцінок якості обслуговування пасажирів з рівнем довіри 95% складає приблизно від 3,2804 (нижня межа) до 3,8996 (верхня межа) і означає, що ми можемо стверджувати з імовірністю 95%, що середній бал знаходиться у цьому інтервалі.

Встановлено, що вибірка є репрезентативною для всієї генеральної сукупності пасажирів залізничного транспорту, і вказує на те, що результати аналізу та висновки, які будуть зроблені на основі цієї вибірки, мають деяку загальну значущість і зменшать ймовірність помилкових висновків.

Незважаючи на те, що анкетування пасажирів філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця» було проведено з тимчасовим інтервалом, це не вплинуло на результати дослідження, а навпаки, дало змогу побачити, що навіть у нестабільних умовах, які відбулися за цей період (пандемія COVID-19 з березня 2020 року, воєнний стан в країні з лютого 2022 року), загальні враження та думки пасажирів залишалися схожими.

Перша секція «Відомості про пасажирів». Перші два питання секції несуть демографічний характер, а саме визначають співвідношення жіночої та чолові-

чої статі – 53,28% опитаних становлять жінки, 46,72% чоловіки. З 644 опитаних найбільше, а саме 34,43% становлять пасажирів віком 19-25 років.

Вибір подорожі значною мірою залежить від віку: пасажирів від 16 до 18 років найбільше використовують послуги залізничного транспорту для здійснення поїздки за кордон для здобуття освіти; пасажирів від 19 до 26 років найбільше використовують послуги залізничного транспорту для здійснення поїздки за кордон для здобуття освіти та з метою трудової міграції, визначальним критерієм виступає рівень тарифу на послуги. Даний сегмент пасажирів найменш чутливий до рівня якості надання послуг, що виражається в лояльності до вибору виду транспорту; пасажирів від 35 до 59 років найчастіше використовують послуги залізничного транспорту для здійснення поїздки з метою трудової міграції, для поїздки у/з відпустки, для відвідування друзів чи родичів; пасажирів від 60 до 70+ років найчастіше використовують послуги залізничного транспорту для поїздки у/з відпустки та для відвідування друзів чи родичів (рис. 2).

Наслідки пандемії коронавірусу COVID-19 у 2020 році призвели до зниження контингенту пасажирів, які здійснювали велику кількість поїздки на/з роботи (15,98%) та щоденні поїздки за освітою (10,66%).

В результаті опитування було встановлено, що основну частку, а саме 85,24% на ринку пасажирських послуг залізничного транспорту займають поїздки в/з відпустки (44,26%) та відвідування друзів чи родичів (40,98%). Плануючи свою відпустку (до введення воєнного стану в Україні) більшість населення нашої країни користувалося послугами філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця», абсолютна більшість українців, а саме 67% проводили відпустку в Україні (узбережжя Азовського моря, Одеса, Львів, Харків та рекреаційні центри Закарпаття), і лише третина, а саме 33% – за кордоном. Для даного сегменту пасажирів визначальними факторами виступають безпека, комфорт, висока культура обслуговування, комплекс додаткових сервісних послуг.

Проаналізувавши частоту користування послугами з перевезень пасажирів залізничного транспорту, можна зробити такі висновки, що мотивація вибору подорожі значною мірою залежить від віку (рис. 3–4).

Пасажирів до 45 років віддають перевагу більш активному виду відпочинку, відносно дешеві подорожі з використанням менш комфортабельних засобів розміщення та транспорту, веселий вечірній відпочинок (рис. 4).

Величину пасажиропотоку потягів дальнього сполучення можна пов'язати з такими загальними чинниками, як добробут населення країни та стабільність внутрішньо-політичної ситуації. Загальний економічний спад наприкінці 2020 року, викликаний світовою пандемією COVID-19, призвів до різкого спаду пасажиропотоку в Україні (особливо поїздами дальнього сполучення), починаючи з лютого 2022 року до цього додається введення воєнного стану в країні (рис. 5).

З кожним роком, починаючи з 2000 року, кількість поїздки приміськими поїздами має тенденцію до зниження [6]. Пояснюється це різними чинниками – від постійного зниження кількості рейсів приміських поїздів (не вистачає рухомого складу для приміських

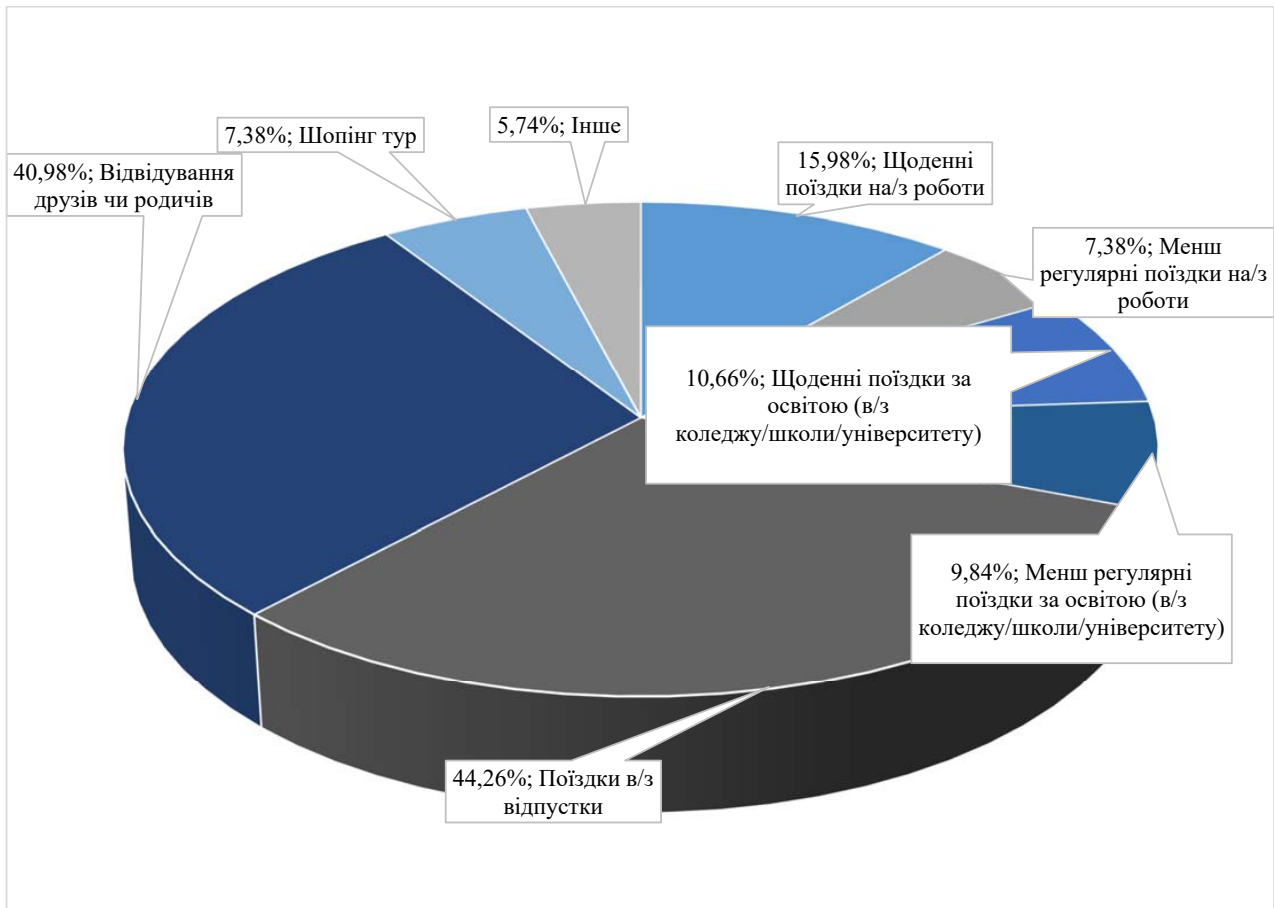


Рис. 2. Мета подорожі пасажирів філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця»

Джерело: побудовано авторами за матеріалами опитування

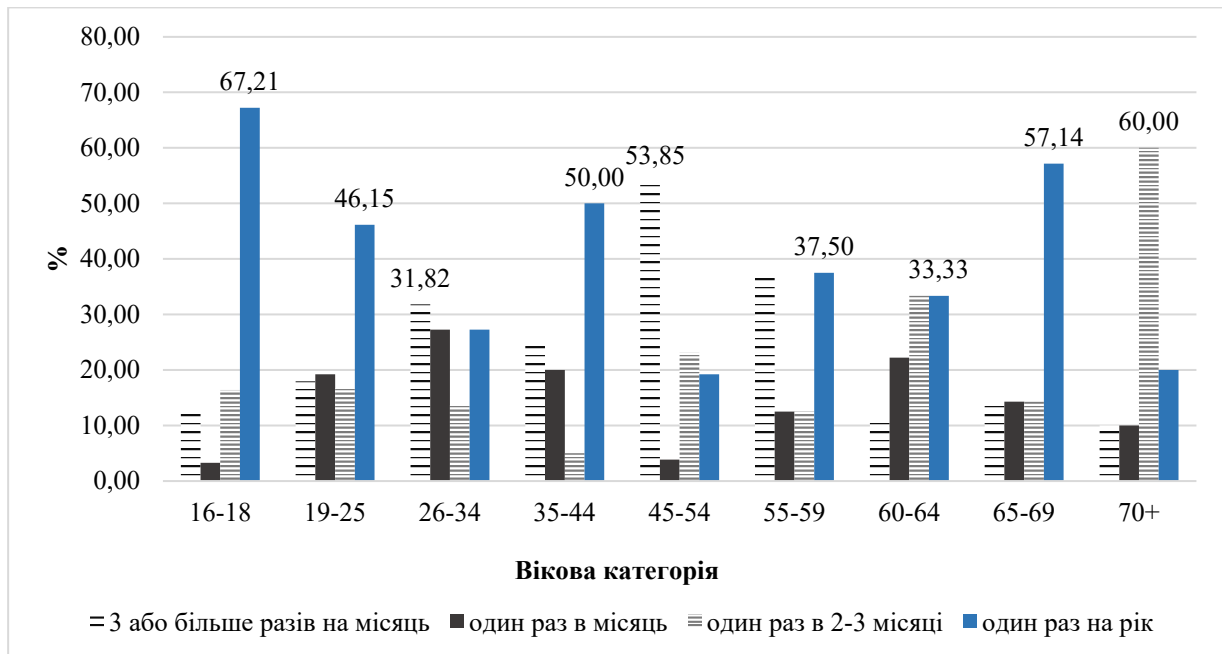


Рис. 3. Частота користування послугами перевезень філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця», пасажирами залізничного транспорту

Джерело: побудовано авторами за матеріалами опитування

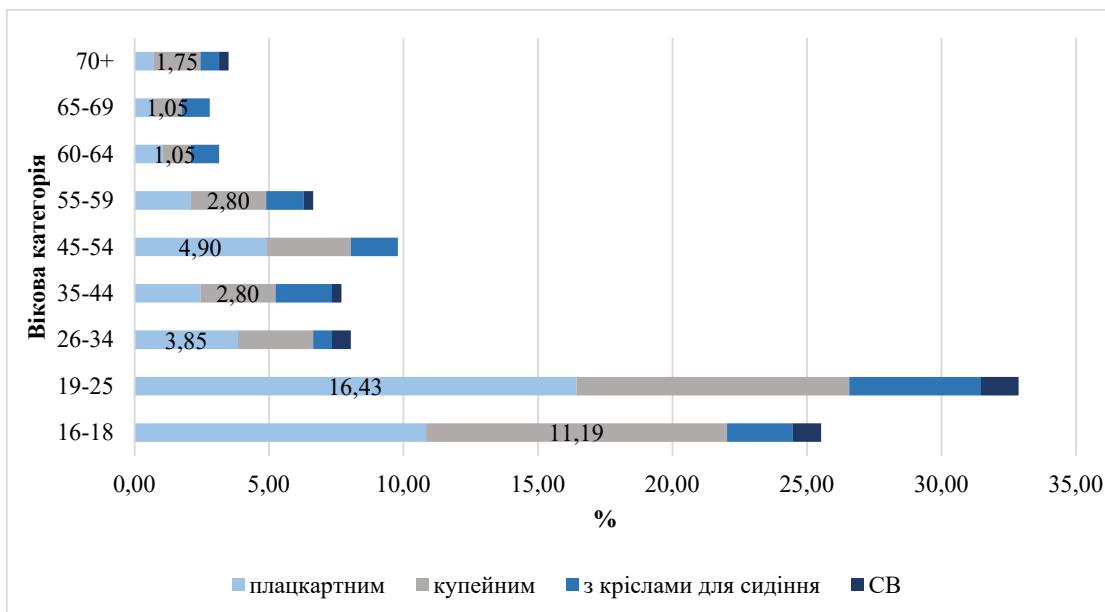


Рис. 4. Тип вагона пасажирського поїзду, яким користуються пасажирів залізничного транспорту

Джерело: Побудовано авторами за матеріалами опитування

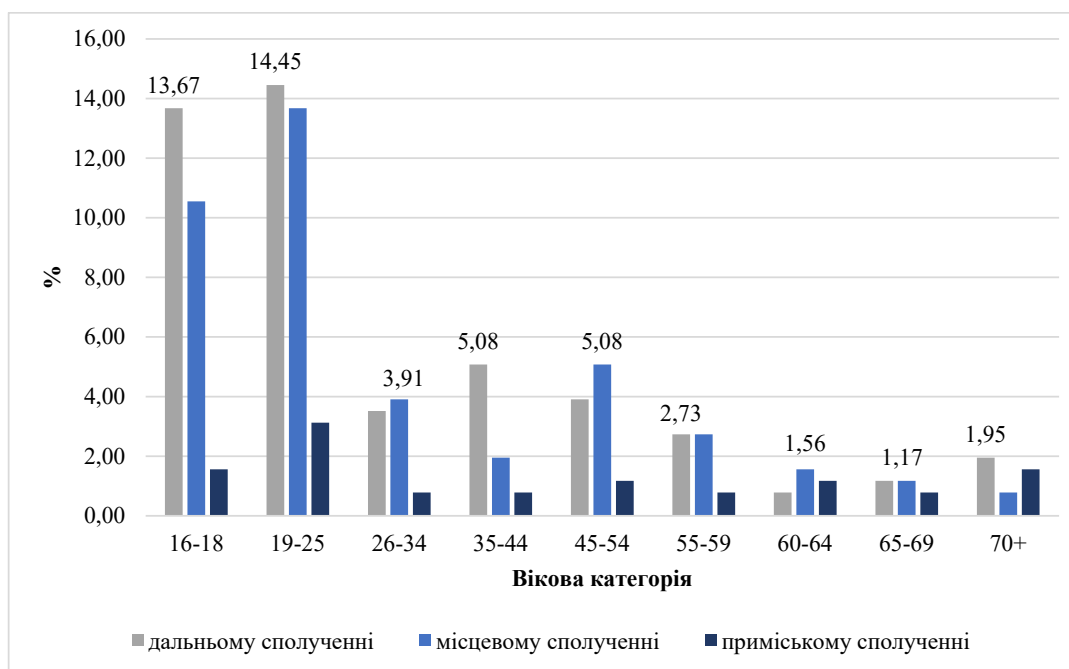


Рис. 5. Пасажиропотік за різними видами сполучень

Джерело: Побудовано авторами за матеріалами опитування

перевезень, масовий сектор приміських перевезень пасажирів одночасно є і найзбитковішим) до падіння популярності дачного господарства, також значну частину пасажирів приміських поїздів взяв на себе автотранспорт, а саме маршрутні таксі і автобуси, які забезпечують більш високу регулярність руху і найчастіше вищу швидкість.

Щодо далекого пасажирського залізничного сполучення, то показники мобільності населення вкрай низькі – за рік на громадянина України доводиться трохи більше однієї поїздки потягом далекого сполу-

чення. Переважна кількість населення нашої країни не подорожує: на одного громадянина припадає від 8 до майже 13 поїздок на рік [6].

В останні роки, АТ «Укрзалізниця» активно впроваджує нову концепцію організації подорожей, яка зосереджена на наданні переваги денним маршрутам у вагонах з місцями для сидіння над нічними поїздами у купейних чи плацкартних вагонах, що знайшло широку підтримку серед пасажирів, оскільки дозволяє уникнути необхідності переночувати у менш комфортних умовах [6].

Серед опитаних пасажирів обраний час доби: вранці – 24,18%; вдень – 12,82%; ввечері – 21,98%; вночі – 41,03%. А також перевага віддається вагонам: плацкартним – 43,01%; купейним – 36,71%; з кріслами для сидіння – 16,08%; СВ – 4,20%.

З потенційних пасажирів, які користуються саме залізничним транспортом, віддають перевагу відпочинку з сім'єю 19,53%, 18,66% віддають свою перевагу відпочинку з друзями, 23,32% з опитаних обирають самостійний відпочинок або відпочинок удвох (рис. 6).

Незначну питому вагу, а саме 3% пасажирів залізничного транспорту подорожують з велосипедом, 9% опитаних пасажирів подорожують з дитячою коляскою, 11% опитаних пасажирів подорожують з собакою, 76% опитаних пасажирів подорожують з тяжкою валізою, що потребує комплексу додаткових послуг, таких як: надання багажних візків; послуг вантажників, носіїв; пріоритетна посадка пасажирів, що подорожують із немовлятами; можливість зберігання багажу.

Друга секція «Процес обслуговування пасажирів до поїздки». Результати опитування респондентів дозволили дослідити рівень задоволеності якістю обслуговування пасажирів до поїздки, який, на думку споживачів, потребує значного поліпшення.

Під час проведення дослідження було виявлено, що майже 50%, а саме 45,61% пасажирів віддають перевагу покупкам залізничних квитків за тиждень до поїздки. 43,31% опитаних пасажирів здійснюють бронювання залізничних квитків через Інтернет, 40,94% в касах вокзалу, 15,75% не бронюють квитки (рис. 7).

Серед всіх опитаних нами респондентів тільки 36,84% користуються веб-сайтом АТ «Укрзалізниця», і оцінюють його зручність, корисність та швидкість пошуку залізничних квитків у середньому на 4 бали (36,59%).

Аналіз показав, що 55,76% опитаних пасажирів обирають паперовий квиток – придбаний в касах вокзалу, 27,14% обирають електронний квиток (квиток на мобільний телефон, планшет або ноутбук), 17,10% обирають паперовий квиток – надрукований вдома, на

роботі. Із загальної кількості опитаних саме 91,50% вважають, що інформація, яка надана в квитку поїздки, завжди зрозуміла.

Сьоме питання у другій секції визначає вид транспорту, який є найкращим для опитуваних пасажирів при виборі способу, щоб швидко дістатися до залізничного вокзалу: особистим транспортом обрали 16,82%, автобусом – 14,41%, маршрутним таксі – 27,33%, троллейбусом – 2,70%, трамваєм – 14,71%, метрополітемом – 4,50%, таксі – 19,52%. Домінуюче місце займає маршрутне таксі – оскільки є мобільним видом транспорту; таксі – доступність та відсоток людей, які їм користуються зростає з кожним роком, через поліпшення якості послуг, що надаються та збільшення додаткових видів послуг.

Результати опитування респондентів дозволили дослідити рівень задоволеності якістю інформаційно-довідкового обслуговування на залізничних вокзалах та виявити сфери обслуговування, які, на думку пасажирів, потребують поліпшення (рис. 8).

Під час аналізу інформаційно-довідкового обслуговування на залізничних вокзалах було виявлено, що 45,61% опитаних пасажирів поставили оцінку – 4 бали; 23,57% – 3 бали; 20,10% – 5 балів; 7,76% – 2 бали; 2,96% – 1 бал. Пасажири відзначили такий негативний фактор, як відсутність у вагонах графіка та маршруту руху поїзда, а саме не вистачає невеликих електронних табло із зазначенням маршруту прямування поїзда. Під час проведення дослідження було виявлено, що 60,08% пасажирів звертаються до співробітників залізничного вокзалу за допомогою або за інформацією.

З кожним роком вимоги до сучасних вокзалів та вокзальних комплексів АТ «Укрзалізниця» зростають, необхідність їх модернізації обумовлена значним технічним і технологічним зношенням, змінами у соціальній та економічній сфері. Залізничні вокзали АТ «Укрзалізниця» є важливими елементами транспортно-пересадочного вузла, адже беруть участь у системі життєзабезпечення міст країни.

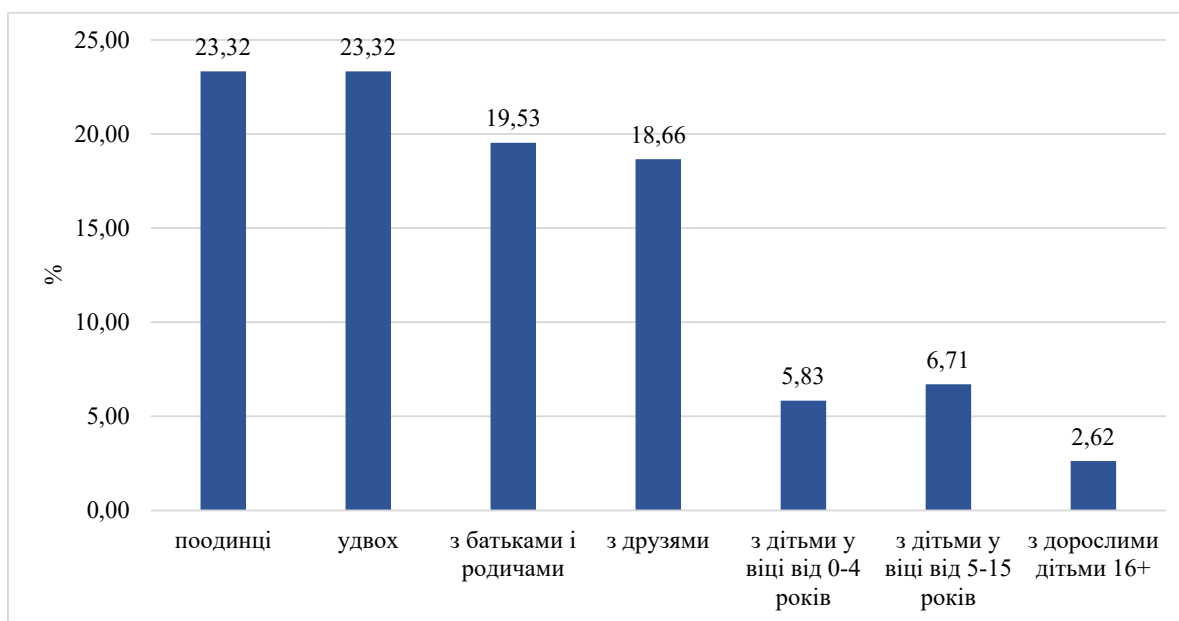


Рис. 6. Варіанти відпочинку пасажирами залізничного транспорту

Джерело: побудовано авторами за матеріалами опитування



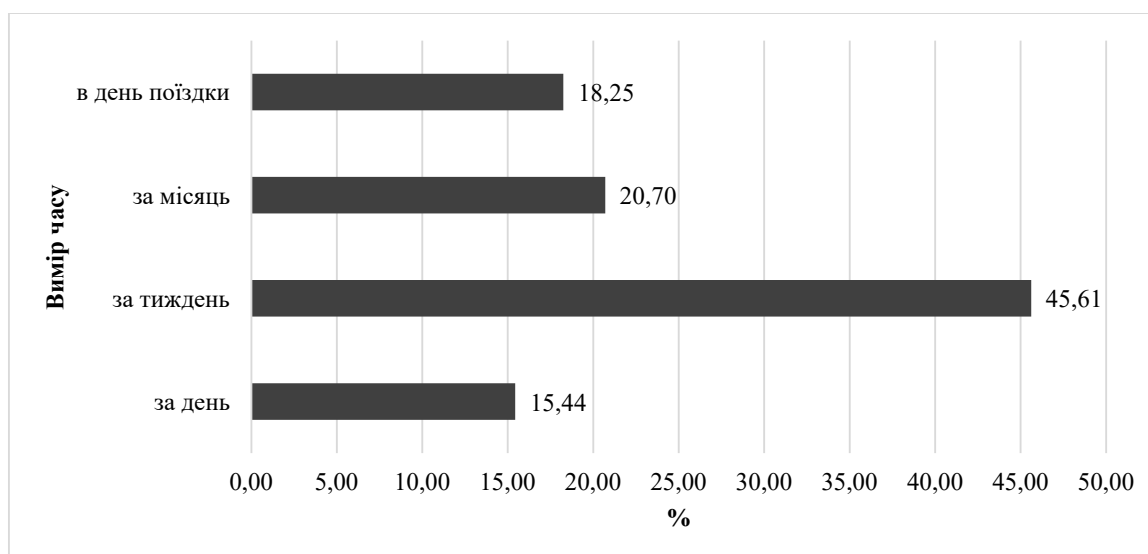


Рис. 7. Час покупки залізничних квитків

Джерело: побудовано авторами за матеріалами опитування

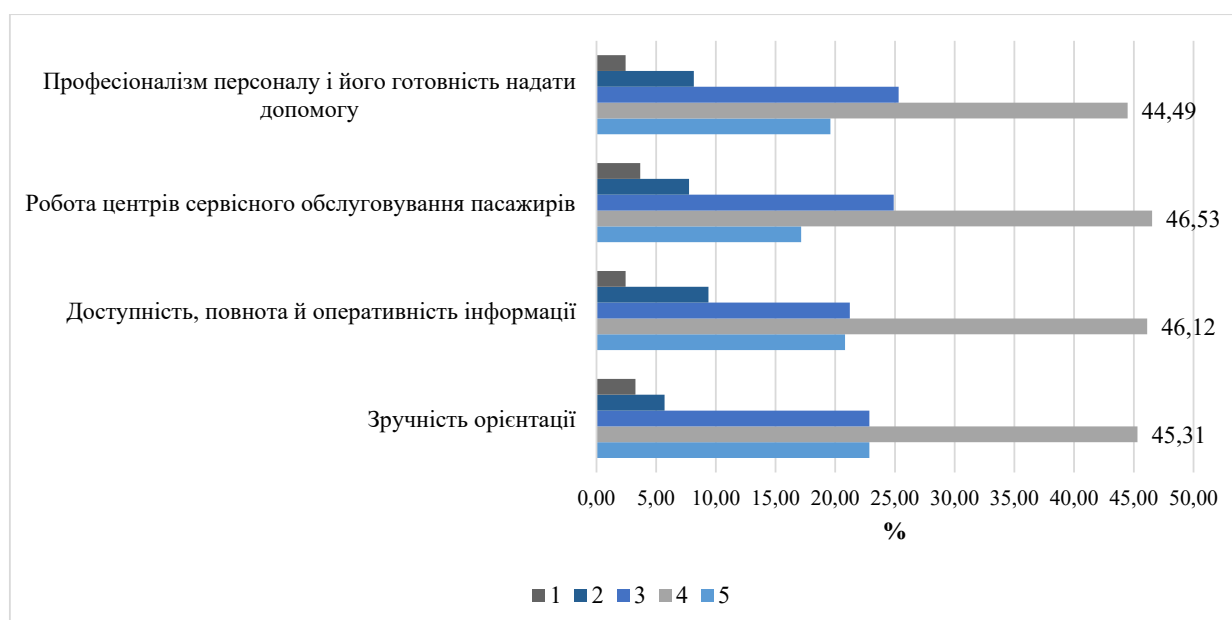


Рис. 8. Оцінка інформаційно-довідкового обслуговування на залізничних вокзалах АТ «Укрзалізниця»

Джерело: побудовано авторами за матеріалами опитування

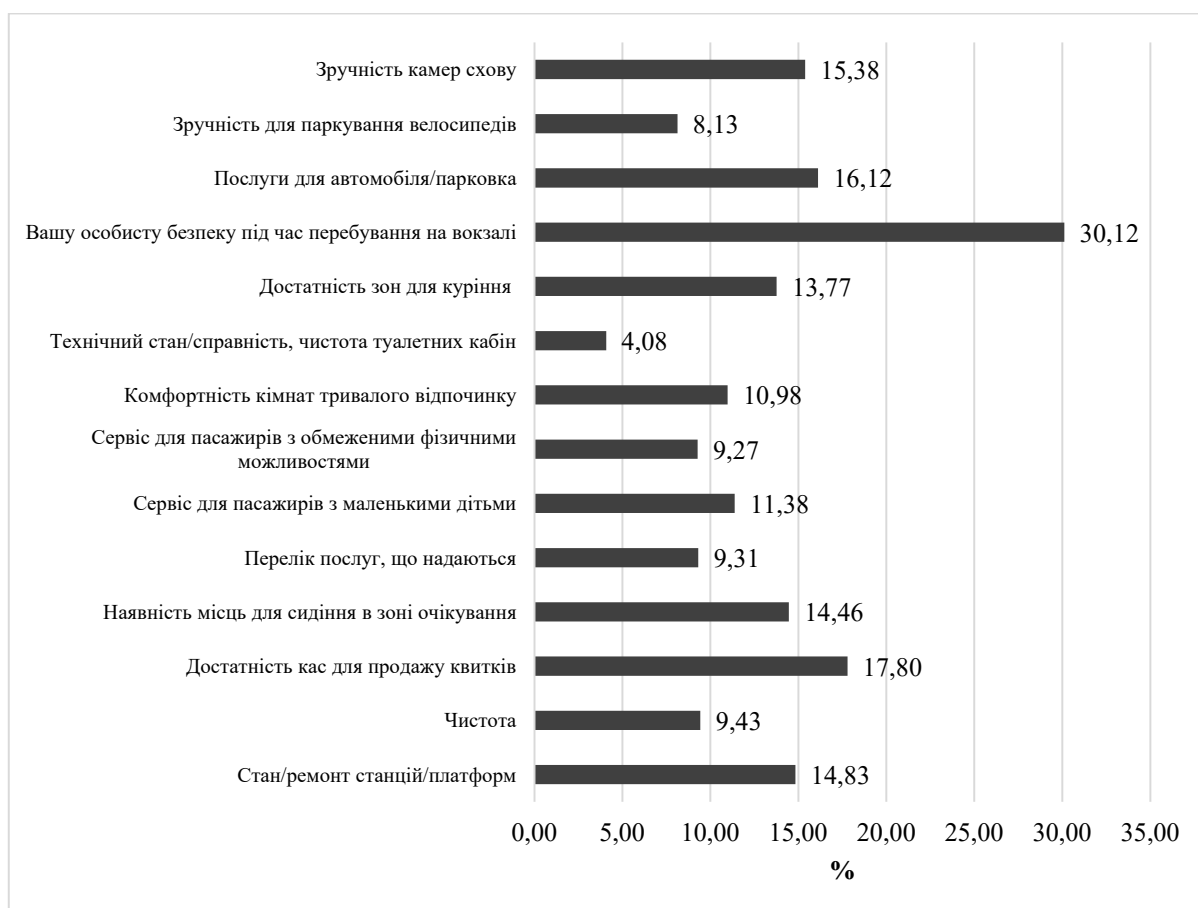
Задоволеність комфортабельністю залізничних вокзалів АТ «Укрзалізниця» за сім років тримається на одному рівні та складає 13,22% від розглянутих 100% (рис. 9).

Правління АТ «Укрзалізниця» ухвалило рішення про створення 1 липня 2020 року окремої філії – «Вокзальна компанія», спрямоване на оптимізацію управління та збільшення ефективності роботи залізничних вокзалів шляхом координації та мінімізації дублюючих функцій, що дозволить покращити якість обслуговування пасажирів та знизити витрати, спрямовані на забезпечення їхнього функціонування, і тим самим вивести залізничні вокзали країни на беззбитковий рівень [7, с. 10].

Наприкінці 2020 року Міністерство інфраструктури прийняло рішення передати в концесію 7 залізничних вокзалів України, включаючи Харків, Київ,

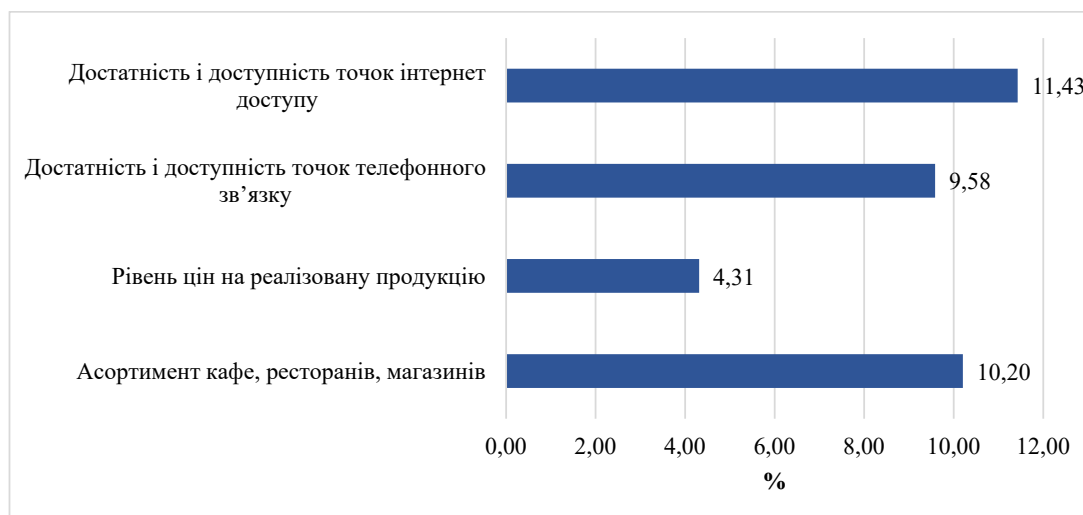
Миколаїв, Чоп, Дніпро, Хмельницький і Вінниця, з метою залучення 3,8 млрд гривень інвестицій. Голова АТ «Укрзалізниця» висловив думку, що ця концесія допоможе перетворити вокзали не лише на місця очікування поїздів, але й на повноцінні торгові центри «за європейським зразком», з магазинами різних брендів, кафе, ресторанами та фудзонами [7, с. 18].

Потреба в модернізації полягає в тому, щоб зробити території вокзалів та вокзальних комплексів більш привабливими для пасажирів, місцевих жителів і орендарів. Це можливо завдяки встановленню систем навігації, виділенню зон для зручних покупок та створенню безбар'єрного середовища для людей з особливими потребами та з обмеженими можливостями, а також для пасажирів з візками та громіздким багажем.



**Рис. 9. Оцінка комфортності залізничних вокзалів АТ «Укрзалізниця»**

Джерело: побудовано авторами за матеріалами опитування



**Рис. 10. Оцінка комерційних послуг на залізничних вокзалах АТ «Укрзалізниця»**

Джерело: побудовано авторами за матеріалами опитування

Успішний досвід розвитку залізничних вокзалів за кордоном свідчить про глобальне розуміння актуальності проблем переходу до комерціалізації залізничних пасажирських вокзалів.

Задоволеність комерційними послугами на залізничних вокзалах АТ «Укрзалізниця» за сім років три-

мається на одному рівні та складає 8,88% від розглянутих 100% (рис. 10).

Під модернізацією вокзалів та вокзальних комплексів розуміється їх перетворення у транспортно-пересадочні комплекси, що поєднують різні види транспорту, з вираженою суспільно-діловою функцією.

У системі сервісного обслуговування важливу роль відіграє рівень кваліфікації обслуговуючого персоналу, адже саме співробітник залізничного транспорту, будучи довіреним представником філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця» та водночас елементом системи сервісного обслуговування забезпечує взаємозв'язок пасажирів та послуги залізничного транспорту. Під час проведення дослідження задоволеність ступенем відповідності послуг на залізничних вокзалах АТ «Укрзалізниця» трималась на одному рівні та складала 10,96% від розглянутих 100%. Рівень якості роботи співробітників, їхні професійні навички та стиль обслуговування мають вплив на загальний рівень сервісного обслуговування вокзального комплексу (рис. 11).

Третя секція «Процес обслуговування пасажирів під час поїздки». Результати опитування респондентів дозволили дослідити рівень задоволеності якістю обслуговування під час поїздки, а саме комфортність перевезення, яка складається зі зручного розкладу відправлення та прибуття, потрібної категорії та технічного оснащення вагона, поїзда, з комплексу послуг та роботи обслуговуючого персоналу.

Під час аналізу якості обслуговування при посадці в пасажирський поїзд було виявлено, що найбільшу незадоволеність викликають у пасажирів відсутність багажних візків та допомоги з підношенням багажу – 66,06%, адже з кожним днем виникає потреба перевезити все більше речей, крім стандартного одягу, потрібно взяти з собою в подорож багато гаджетів (особливої актуальності набуває ця проблема в умовах воєнного стану в країні, коли пасажирів можуть відчувати підвищену необхідність в перевезенні важких речей або цінних предметів для своєї безпеки). Якщо переїжджати або подорожувати в компанії, можна багаж розподілити порівну, а ось при самостійних поїздках переносити таку вагу важко, особливо при цьому стежити за дітьми (рис. 12).

Під час аналізу якості стану пасажирських поїздів АТ «Укрзалізниця» було виявлено, що найбільшу неза-

доволеність викликають відсутність засобів гігієни в туалетних кабінах, відсутність система кондиціонування повітря вагона та відсутність розважальних та пізнавальних програм під час поїздки.

Думки пасажирів філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця», щодо найбільш важливих для них показників якості стану пасажирських поїздів зображено на рис. 13.

Завжди, а особливо в умовах воєнного стану в країні, важливим аспектом потреб пасажирів філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця» є особиста безпека, що пов'язано не лише з технічною експлуатацією рухомого складу, а й з кримінальною обстановкою, наркоманією, розшаруванням суспільства та іншими факторами. 35,21% опитаних пасажирів мають гостру потребу в охороні та захисті.

Переважає більшість пасажирів зазначають, що зручний розклад для них передбачає не лише вечірне відправлення та ранкове прибуття поїздів по початково-кінцевих пунктах, а й узгодженість з розкладом інших поїздів та видів транспорту у пунктах їх пересадки та на станціях призначення поїздів. Також переважає більшість опитаних пасажирів вважають і бажають, що пересадка повинна, по можливості, здійснюватися у світлий час доби та супроводжуватися сервісним обслуговуванням, а саме силами: спеціальних чергових, які допомагають при посадці, висадці та пересадці, дають прості довідки та інші послуги; носіїв, які відповідають за допомогу перевезення багажу та особисті речі або надають візки для самостійного перевезення багажу; менеджерів сервісного центру з організації трансферу.

Сьогодні, в умовах воєнного стану, при зростанні пасажиропотоку, філія «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця» прагне підвищити провізну спроможність поїздів шляхом включення до схеми їх формування найбільш містких типів вагонів, що спричиняє зниження якості обслуговування пасажирів.

Результати опитування споживачів, які користуються послугами філії «Пасажирська компанія»

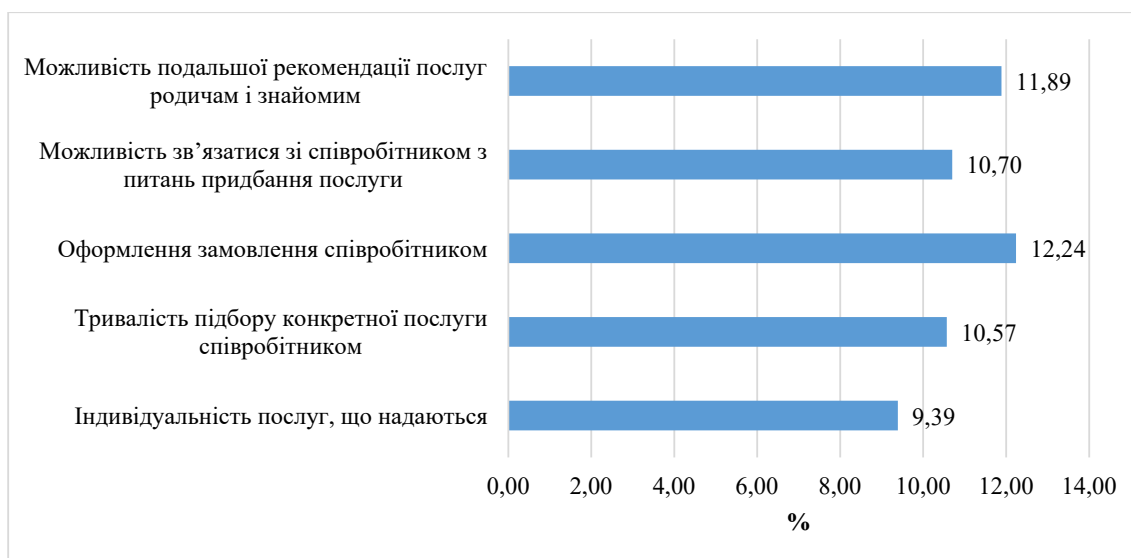
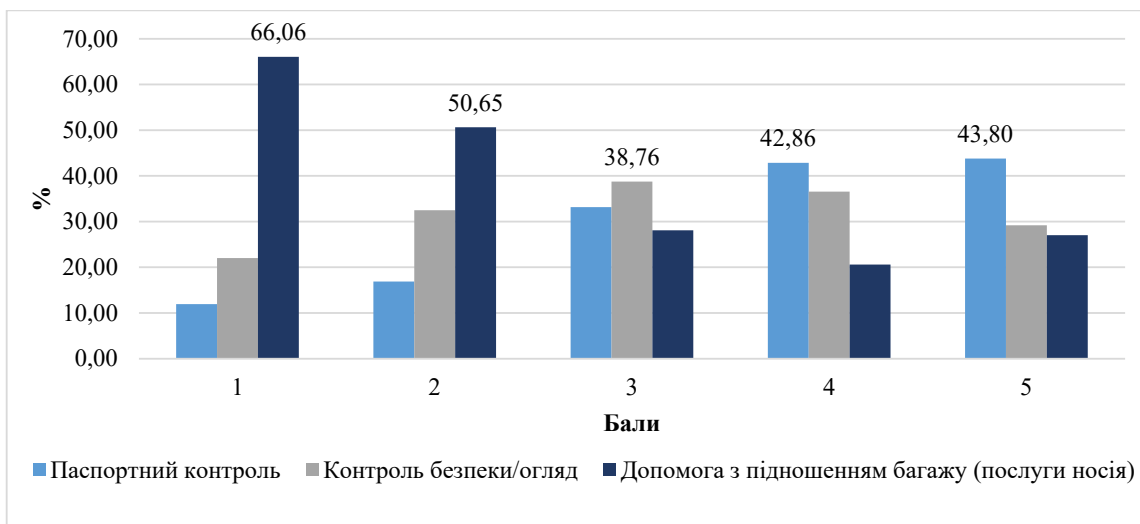


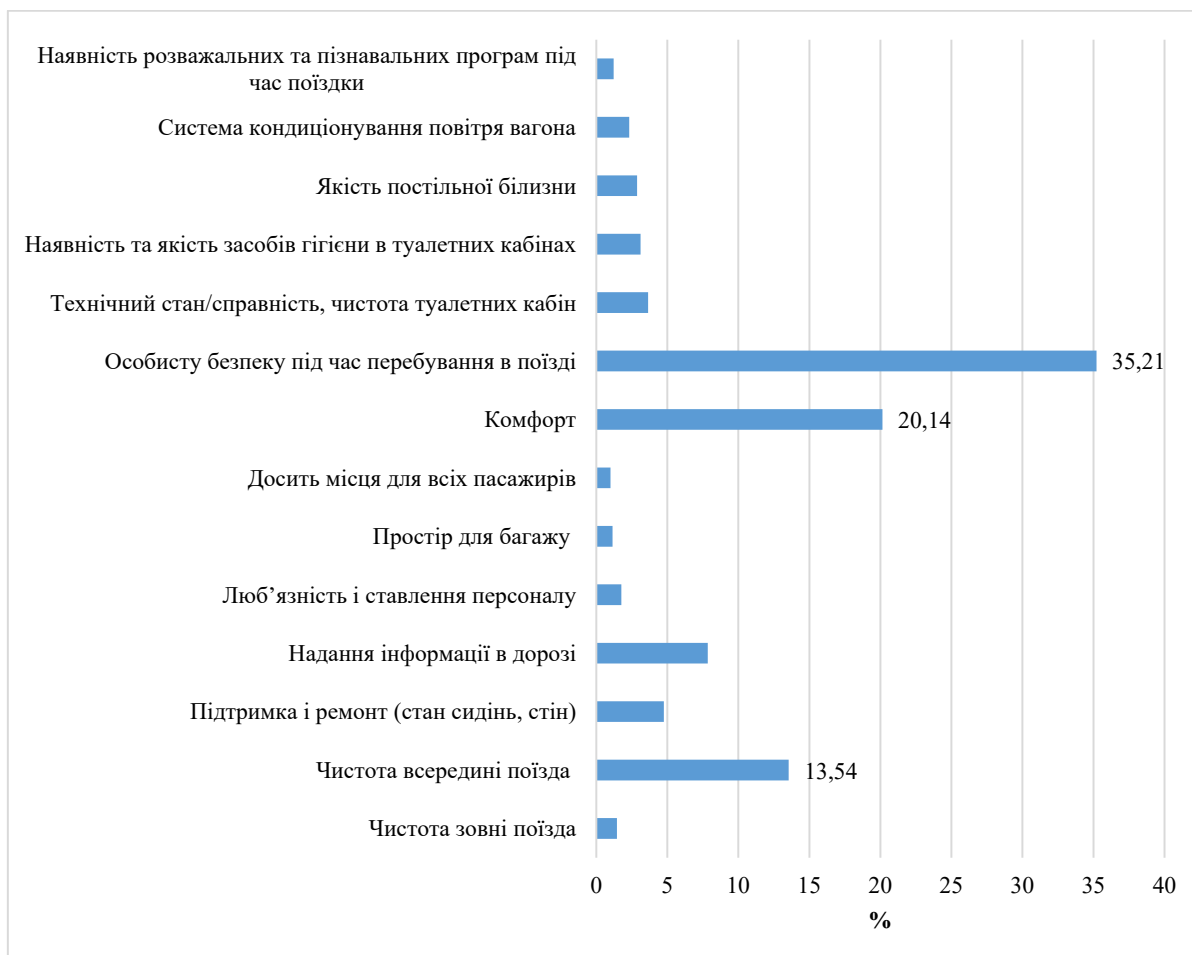
Рис. 11. Оцінка ступеня відповідності послуг, наданих залізничними вокзалами АТ «Укрзалізниця»

Джерело: побудовано авторами за матеріалами опитування



**Рис. 12. Оцінка якості обслуговування при посадці в пасажирський поїзд філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця»**

Джерело: побудовано авторами за матеріалами опитування



**Рис. 13. Розподіл показників якості стану пасажирських поїздів за значимістю для пасажирів філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця»**

Джерело: побудовано авторами за матеріалами опитування

АТ «Укрзалізниця», дозволили дослідити рівень задоволеності якістю пасажирських послуг та виявити сфери обслуговування, які, на їх думку, потребують поліпшення: сучасний дизайн вагонів; плавність ходу поїздів; зручні сидіння; якість вентиляції та опалення (всі вагони пасажирського парку АТ «Укрзалізниця» повинні бути оснащені установками для кондиціонування повітря, а вагони підвищеної комфортності – індивідуально контролюючою системою кондиціонування повітря, автоматичною пиловсмоктувальною системою та звукоізоляційними вікнами, стінами та дверима, що забезпечують низький рівень шуму та тишу); ступінь освітленості; чистота в пасажирському вагоні в туалетних кабінах, наявність та якість засобів гігієни в туалетних кабінах; площа пасажирського вагону та туалетних кабіні, що припадає на одного пасажиря; широкоформатні, панорамні вікна; наявність стільникового та супутникового радіозв'язку; впровадження Wi-Fi доступу до інтернету; наявність телевізорів, холодильників, мікрохвильових печей; наявність у поїзді вагона-ресторану, вагона-бару, вагона-автомобілевоза.

Із загальної кількості опитаних 85,5% пасажирів залишилися незадоволені відсутністю у кожному салоні (купе) вагона електронного табло, що інформує пасажирів про номер вагона (місця), пункт призначення та стоянки поїзда, правила поведінки (куріння) в салоні (купе), що надаються в поїзді послугах, меню бару, буфету або ресторану, зайнятість туалетів. 82,3% опитаних пасажирів вважають, що у складі пасажирського поїзда мають передбачатися сувенірний магазин, купе для дітей, інвалідів, осіб похилого віку, багатодітних сімей, матерів з немовлятами, салон для проведення нарад, ділових зустрічей, ігор, купе-прасувальна. 48,6% опитаних пасажирів вважають, що у вагонах підвищеної комфортності пасажирам мають пропонуватися послуги з вибору різних видів подушок та матраців, у кожному вагоні поїзда мають бути у продажі мило, зубна паста, щітки, нитки, гудзики та письмові речі.

15,7% опитаних пасажирів вважають, що стелити та прибирати ліжка повинні працівники відповідної фірми сервісу, а не провідники, а також прибирати вагони, туалети, умивальники, повинні спеціальні бригади на ходу поїзда у певних місцях його маршруту.

При відповіді на запитання: «Будь ласка, опишіть проблему (якщо вона виникла) зі станом туалетних кабіні в поїздах» – було встановлено, що близько 80% пасажирів філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця» відмічають, що в туалетних кабінах дуже брудно, відсутні засоби гігієни, завжди присутній неприємний запах, двері в туалетних кабінах не зачиняються, дуже замала сама туалетна кабіна.

Вирішальну роль у створенні комфортних умов пасажирів відводиться провідникам, оцінка якості обслуговування яких представлена на рис. 14.

До обов'язків провідників філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця» входять зустріч та супровід пасажирів при посадці-висадці, розсадження пасажирів, виявлення вільних місць, прийняття та забезпечення замовлень на харчування, чайну продукцію, пресу, журнали, оголошення зупинок, медична допомога та інші послуги. Думки опитаних пасажирів такі, що сьгоднішні критерії професійного відбору провідників пасажирських вагонів на залізничному транспорті та їх система оплати застаріли та потребують перегляду.

При відповіді на запитання: «Чи харчуєтеся Ви у вагонах-ресторанах під час поїздки» – було встановлено, що 86,99% пасажирів філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця» не харчуються у вагонах-ресторанах під час поїздки.

При відповіді на запитання: «Якщо б надання послуг харчування в пасажирських поїздах було доступним та якісним (за допомогою роздрібною торгівлі продуктами харчування, готовими до вжитку), Ви думаєте, ви б скористалися» – було встановлено, що майже 80,0% пасажирів АТ «Укрзалізниця» харчувалися б у вагонах-ресторанах під час поїздки.

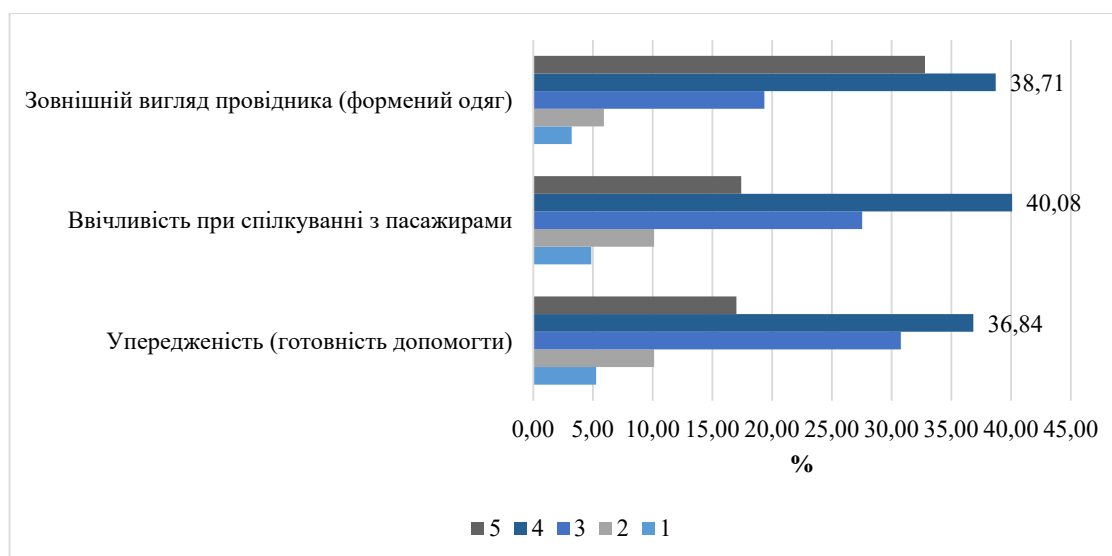


Рис. 14. Оцінка якості обслуговування провідників пасажирських поїздів філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця»

Джерело: побудовано авторами за матеріалами опитування

Переважна більшість пасажирів вважають, що філія «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця» повинна розробити комплексну систему забезпечення та організації харчування пасажирів у поїздах, яка базується на сучасних та передових технологіях, що передбачає певні норми раціону залежно від тривалості поїздки та графіка руху поїздів та враховує специфіку споживання їжі конкретною категорією пасажирів. Адже, організація харчування пасажирів у поїздах є однією з найбільш прибуткових супутніх послуг для фірм і підприємств.

80,0% пасажирів філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця» вважають, що: знаходження в дорозі до 3 годин вже вимагає забезпечення пасажирів напоями на вибір: соком, водою різного виду, чаєм, кавою, молоком і за бажанням – йогуртом або морозивом; при тривалості поїздки від 3 до 5 годин пасажирам поряд з напоями повинні пропонуватися легке харчування: холодні закуски, бутерброди, сандвічі, випічку та інші продукти і кондитерські вироби, сформовані в ланч-бокси; за більшої тривалості поїздки пасажирам потрібне гаряче харчування.

80,0% пасажирів філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця» висловлюють побажання, щоб на замовлення могли б бути приготовлені дитячі та дієтичні страви, пасажири з дітьми, інваліди могли б через провідника викликати офіціанта та замовити сніданок, обід, вечеря із вагона-ресторану з доставкою в купе.

В організації харчування однією з важливих деталей є сервірування та прикраса столу, що забезпечується добре підібраним посудом, столовими приладами, квітами, серветками, скатертиною. Адже якісне сервісне обслуговування пасажирів у поїздах створює комфортні умови проїзду, піднімає імідж залізничного транспорту та зміцнює його позиції на транспортному ринку.

При відповіді на запитання: «Чи викликала у Вас причини хвилюватися або змушувала відчувати себе некомфортно під час поїздки поведінкою інших пасажирів» – було встановлено, що у 72,47% пасажирів АТ «Укрзалізниця» були причини хвилюватися або

відчувати себе некомфортно під час поїздки поведінкою інших пасажирів (рис. 15).

Четверта секція «Процес обслуговування пасажирів після поїздки». Результати опитування респондентів дозволили дослідити загальний рівень задоволеності якістю обслуговування пасажирів після поїздки, а також стикування та оптимальне узгодження часу прибуття та відправлення поїзда та міського транспорту (для забезпечення зручного та ефективного переміщення пасажирів з одного виду транспорту на інший).

Перше питання у четвертій секції визначає вид транспорту, який є найкращим для опитуваних пасажирів при виборі способу, щоб швидко дістатися від залізничного вокзалу до місця призначення, після того як закінчили поїздку: особистим транспортом обрали 14,98%, автобусом – 17,74%, маршрутним таксі – 24,88%, тролейбусом – 2,76%, трамваєм – 10,37%, метрополітеном – 8,99%, таксі – 20,28%.

При відповіді на запитання: «За останній рік ви скаржилися на надані послуги філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця» – було встановлено, що тільки 10,48% пасажирів скаржилися на надані послуги, з них половина була задоволена тим, як була оброблена скарга, а половина незадоволена.

При відповіді на запитання: «Стикалися Ви з втраченою особистих речей в поїздах філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця», якщо – так, чи повернули вам їх в повному обсязі» – було встановлено, що 9,47% стикалися з втраченою особистих речей в поїздах.

При відповіді на запитання: «Були введені зміни до розкладу руху поїздів філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця», вони вплинули на Ваші поїздки» – було встановлено, що на 25,0% опитаних пасажирів вплинули зміни до розкладу руху поїздів (рис. 16).

При відповіді на запитання: «Будь ласка, напишіть зауваження які ви хотіли зробити про вашу поїздку або про надання послуг філією «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця» – було встановлено, що майже 90,0% опитаних пасажирів надали такі зауваження: бурдно; не працюють кондиціонери; погані смітники;

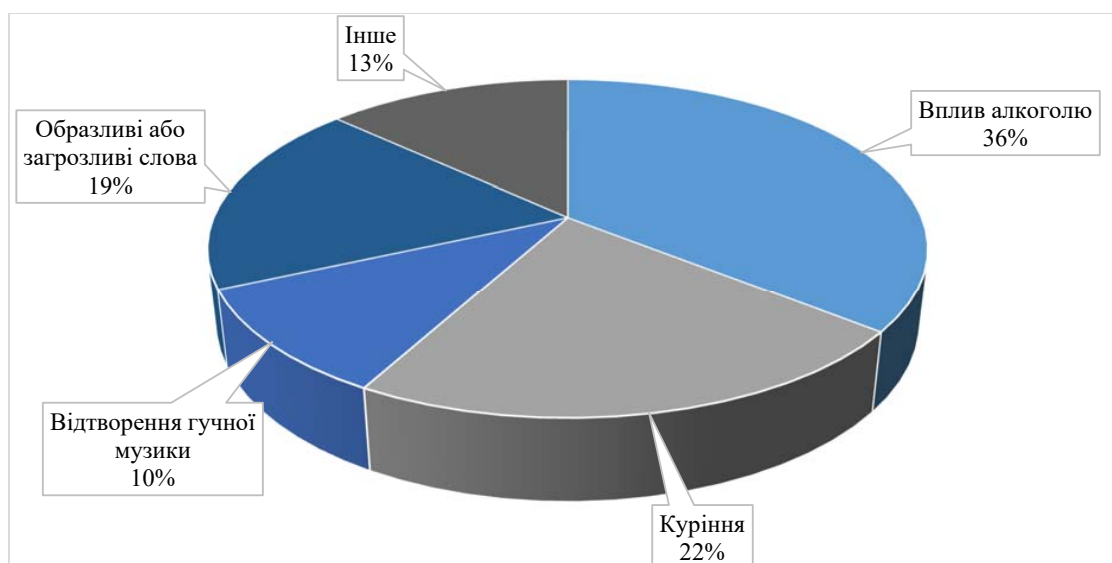


Рис. 15. Причини (підстави) для хвилювання під час поїздки поведінкою інших пасажирів

Джерело: побудовано авторами за матеріалами опитування

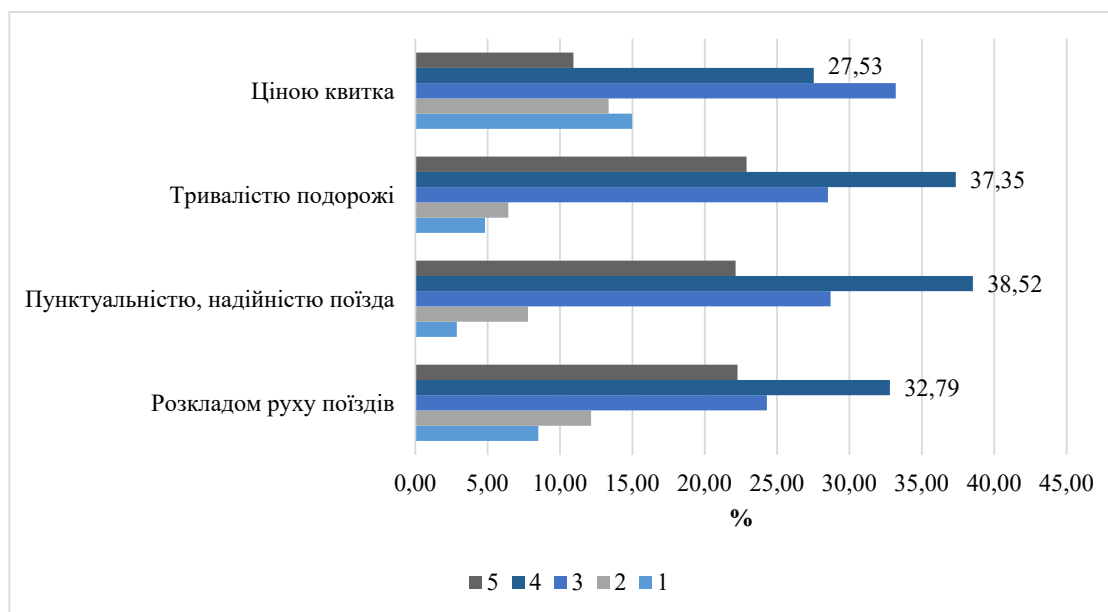


Рис. 16. Оцінка задоволеності пасажирів філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця»

Джерело: побудовано авторами за матеріалами опитування

в поганому стані постільна білизна; не має контролю до людей, що вживають алкоголь; брудні вікна; не має засобів гігієни; виразили бажання повернути скляні стакани; мало місця для багажу; відсутність інтернету; не має спеціально виділених окремих зон для куріння.

При відповіді на запитання: «Ваші пропозиції по покращенню якості надаваних послуг філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця» – 90,0% опитаних пасажирів надали такі пропозиції: підвищення рівня сервісу; покращення дизайну інтер'єрів вагонів (щоб були розроблені з урахуванням сучасних вимог дизайну та ергономіки з використанням екологічно чистих та безпечних матеріалів); покращення загального комфорту, а саме наявність обов'язкових додаткових послуг (харчування (набір продуктів або гаряче харчування, якісний комплект постільної білизни і два рушники, набір для особистої гігієни (мило, серветки та інше); дотримання температурного режиму під час подорожі відповідно до пори року; наявність кабельного телебачення та Інтернету; організація провідників, які мають навички та досвід роботи в поїздах та відповідну атестацію; здійснення додаткових заходів безпеки (супровід поїзда працівниками охоронних підрозділів).

**Висновки.** Подані претензії пасажирів філії «Пасажирська компанія» АТ «Укрзалізниця» щодо їх обслуговування відіграють важливу роль у процесі покращення якості наданих послуг. Ці претензії представляють собою конкретні скарги та незадоволення, які висловлюють пасажирів у зв'язку з різними аспектами поїздки. Морально і фізично застарілий вагонний парк АТ «Укрзалізниця» не може в даний час задовольнити потреби пасажирів у якісному перевезенні та різноманітним набором послуг, що надаються. Залізничний сектор країни переживає період значних змін. Зростаючі очікування пасажирів, дерегулювання залізничного транспорту та ширший вибір послуг транспорту створюють нове конкурентне середовище для залізничної галузі. Оцінка рівня якості послуг пасажирських перевезень залізничним транспортом відіграє надзвичайно важливу роль у системі управління якістю послуг, яка не лише дозволяє контролювати рівень якості обслуговування, але й створює основу для проведення аналізу та прийняття стратегічних управлінських рішень, крім того, забезпечує надійний зворотний зв'язок, який є важливим для успішного функціонування залізничного транспорту.

#### Література:

1. Regulations Regarding the Rights and Responsibilities of Railway Passengers No. 1371/2007 of the European Parliament and the Council. URL: <https://www.legislation.gov.uk/eur/2007/1371/introduction> (дата звернення: 23.09.2023).
2. Parasuraman A., Zeithaml V.A., Berry L.L. (1988) SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*. vol. 64, no. 1, pp. 12–40.
3. Cronin J. J. Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*. 1992. Vol. 56. P. 55–68. URL: [https://www.researchgate.net/publication/225083621\\_Measuring\\_Service\\_Quality\\_-\\_A\\_Reexamination\\_And\\_Extension](https://www.researchgate.net/publication/225083621_Measuring_Service_Quality_-_A_Reexamination_And_Extension) (дата звернення: 23.09.2023).
4. Kano N., Seraku N., Takahashi F. and Tsuji S. (1984). Attractive Quality and Must-Be Quality. *Journal of the Japanese Society for Quality Control*, vol. 41, pp. 39–48.
5. Гончаров О.А., Князь І.О., Хоменко О.В. Теорія ймовірностей і математична статистика : навчальний посібник. Суми : СумДУ, 2022. 174 с.
6. Державна служба статистики України. Транспорт (2017–2023). URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
7. Інтегрований звіт АТ «Укрзалізниця» (Звіт про управління). 2020. URL: <https://portal.uz.gov.ua/wp-content/uploads/2021/07/integrovanij-zvit-uz-za-2020-rik-1.pdf>

8. Матусевич О., Котлубай О., Бобиль В., Сидорчук А. Особливості управління залізничними пасажирськими перевезеннями в умовах війни. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2022. Т. 5. С. 311–324. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.5.46.2022.3845>

#### References:

1. Regulations Regarding the Rights and Responsibilities of Railway Passengers No. 1371/2007 of the European Parliament and the Council. Available at: <https://www.legislation.gov.uk/eur/2007/1371/introduction> (accessed September 23, 2023).
2. Parasuraman A., Zeithaml V. A., Berry L. L. (1988) SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, vol. 64, no. 1, pp. 12–40.
3. Cronin J. J. (1992) Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, vol. 56, pp. 55–68. Available at: [https://www.researchgate.net/publication/225083621\\_Measuring\\_Service\\_Quality\\_-\\_A\\_Reexamination\\_And\\_Extension](https://www.researchgate.net/publication/225083621_Measuring_Service_Quality_-_A_Reexamination_And_Extension) (accessed September 23, 2023).
4. Kano N., Seraku N., Takahashi F. and Tsuji S. (1984). Attractive Quality and Must-Be Quality. *Journal of the Japanese Society for Quality Control*, vol. 41, pp. 39–48.
5. Honcharov O. A., Kniiaz I. O., Khomenko O. V. (2022) *Teoriia ymovirnostei i matematychna statystyka* : navchalnyi posibnyk. Sumy: SumDU, 174 p.
6. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Transport (2017-2023) [Statistical Publication it is available in Ukrainian]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua>
7. Intehrovanyi zvit AT «Ukrzaliznytsia» (Zvit pro upravlinnia). (2020). Available at: <https://portal.uz.gov.ua/wp-content/uploads/2021/07/integrovanij-zvit-uz-za-2020-rik-1.pdf>
8. Matusевич О., Котлубай О., Бобиль В., Сидорчук А. (2022) «Особливості управління залізничними пасажирськими перевезеннями в умовах війни» [Features of the Management of Railway Passenger Transportation in the Conditions of War]. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*, vol. 5, pp. 311–324. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.5.46.2022.3845>