



Вдовиченко В. О.

ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-МАРКЕТИНГОВОЇ ОЦІНКИ СЕРВІСНОЇ ЯКОСТІ МІСЬКИХ ПАСАЖИРСЬКИХ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ

Виділені маркетингові стимули формування сервісної якості міських пасажирських транспортних послуг, які відображають її споживчі властивості. Запропоновано підхід до оцінки сервісної якості міських пасажирських транспортних послуг на основі визначення рівня їх споживчого потенціалу шляхом виділення міжрівневих розривів технічної пропозиції міського громадського пасажирського транспорту та соціально-маркетингових потреб пасажирів.

Ключові слова: *сервісна якість, транспортне обслуговування, міський громадський пасажирський транспорт, соціально-маркетингові потреби.*

1. Вступ

Умовою забезпечення якості проживання населення в міському середовищі є реалізація високого рівня всіх видів і форм соціальних послуг. Представлення міського громадського пасажирського транспорту (МГПТ) у вигляді соціально-економічної системи дозволяє виділити і сформуванню таке поняття, як пасажирська транспортна послуга, яку можна віднести до категорії соціальних послуг. Пасажирська транспортна послуга значною мірою впливає на соціальну складову умов життя населення міст та входить до структури системи соціального інституту, який призначений задовольняти найважливіші потреби суспільного розвитку міста [1].

Результатом функціонування МГПТ є транспортні послуги, пов'язані із своєчасним та якісним задоволенням потреб населення в реалізації їх просторового переміщення. Характер складності соціально-економічної сфери міста, рівень розвитку його транспортної інфраструктури та ресурсних можливостей транспортних підприємств МГПТ має явно виражений кореляційний вплив на ефективність перевізного процесу та в значній мірі визначає можливість забезпечення відповідних умов сталого розвитку міського середовища. Разом з тим для успішного вирішення проблеми забезпечення ефективного функціонування МГПТ важливе значення має облік особливостей і розбіжностей всіх видів інтересів учасників транспортного процесу, які в значній мірі визначають основну концепцію формування напрямів підвищення його ефективності та досягнення поставлених суспільством соціально-економічних цілей його роботи [2].

Позиціонування інтересів учасників міських пасажирських перевезень дозволило виділити основні методологічні рівні оцінки системної ефективності МГПТ, які повинні мати єдиний напрям розвитку і забезпечувати умови зниження вірогідності виникнення умов міжрівневих конфліктів [3]. Базовим рівнем дослідження ефективності МГПТ з позицій системного підходу є виділення першого рівня його формалізації, на якому МГПТ представляється у вигляді простої структури, яка підпорядковується досягненню цільової мети його

функціонування — забезпечення якості транспортного обслуговування населення. Реалізація такого концепту представлення системної ефективності МГПТ дозволяє сформуванню напрям досліджень, присвячений вирішенню одного з важливих напрямів удосконалення МГПТ — підвищення сервісної якості пасажирських транспортних послуг. Поняття сервісної якості пасажирських транспортних послуг має складну структуру й невизначеність, які потребують її формалізації та проведення досліджень стосовно виділення складу та форм параметризації її оціночних показників.

2. Об'єкт дослідження та його технологічний аудит

Однією з проблемних задач організації транспортного обслуговування міського населення є визначення системної ефективності МГПТ, яка формується з чотирьох методологічних рівнів, серед яких базовим є рівень елементарних процесів [3]. Елементарні процеси, які відбуваються під час транспортного обслуговування населення МГПТ, характеризуються якісними показниками і в значній мірі визначають умови та резерви зростання ефективності МГПТ на структурному, організаційному та метасистемному рівні. Підвищення ефективності МГПТ є стратегічною задачею соціально-економічного середовища міста і в значній мірі визначає напрями його розвитку. Для визначення особливостей оцінки сервісної якості транспортного обслуговування МГПТ з позиції їх соціально-маркетингових особливостей проведений технологічний аудит, який дозволив виявити структуру процесу складовими елементами якого є: визначення очікуваного пасажирами рівня якості, сприйняття на основі маркетингового зв'язку споживчих очікувань транспортної послуги, формування технічної пропозиції МГПТ та враження від надання послуги. Дослідження проводилися на базі існуючих аналітичних моделей функціонування МГПТ. Аналіз їх структури і складу дозволив визначити наявність стійких внутрішньосистемних зв'язків між МГПТ та споживачами послуг, які характеризуються рівнем сервісної якості.

Об'єктом дослідження виступає процес формування властивостей сервісної якості транспортного обслуговування населення МГПТ.

Складність формування оцінки сервісної якості елементарних процесів транспортного обслуговування населення полягає у необхідності знаходження компромісу між простотою її опису та необхідністю врахування її технологічних та споживчих особливостей. Однією з причин цього є відсутність адаптованих до умов міських пасажирських перевезень існуючих універсальних форм обліку соціально-маркетингових особливостей транспортних потреб населення.

3. Мета та задачі дослідження

Метою дослідження є розробка структури оцінки сервісної якості міських пасажирських транспортних послуг на основі обліку рівня відповідності технічної пропозиції МГПТ соціально-маркетинговим вимогам пасажирів.

Для досягнення поставленої мети треба вирішити наступні задачі:

1. Розробити структурну модель сервісної якості міських пасажирських транспортних послуг.
2. Визначити стимули сприйняття сервісної якості міських пасажирських транспортних послуг з позицій їх соціально-маркетингових особливостей.
3. Зробити формалізацію параметрів формування сервісної якості міських пасажирських транспортних послуг.

4. Аналіз літературних даних

Проблема підвищення якості міських пасажирських транспортних послуг представляє значний науково-практичний інтерес і може представлятися, як складовий етап забезпечення ефективності функціонування МГПТ [3–6]. Висока актуальність досліджень якості пасажирських перевезень пояснюється необхідністю пошуку адекватних форм і складових представлення її параметрів, які повинні відповідати сучасним соціально-маркетинговим вимогам. Систематизація факторів й умов формування якості пасажирських перевезень МГПТ на основі аналізу структурних компонент транспортного процесу обслуговування пасажирів реалізована у дослідженнях [4–7] і передбачає виділення окремих напрямів її оцінки, які сформовані шляхом обліку показників технологічних, архітектурно-планувальних, соціальних та інших факторів. Визначення рівня сервісної якості міських пасажирських транспортних послуг проводиться шляхом параметризації її оціночних показників, які можуть мати одиничний, відносний, комплексний або інтегральний вигляд та визначаються прямими або опосередкованими методами [5, 7, 8]. Для формування структури показників оцінки сервісної якості транспортних послуг в роботі [9] використовується кластерний аналіз, який дозволив деталізувати рівень значення показників в залежності від категорій споживачів. Огляд існуючих підходів щодо формування складу параметрів сервісної якості транспортного обслуговування пасажирів показав, що основними недоліками є відсутність обліку впливу маркетингових потреб споживачів та недостатня їх обґрунтованість відносно стимулів їх сприйняття.

При всьому різноманітті складу показників сервісної якості міських пасажирських транспортних послуг можна

виділити схожість у формуванні загального алгоритму пошуку варіанту її представлення, який складається з верифікації переліку параметрів якості, обґрунтування їх нормативного значення та виділення форми і способу їх визначення. Така форма визначення сервісної якості транспортного обслуговування реалізується у вигляді трьохетапної послідовності дій, яка передбачає проведення оцінки якості транспортних послуг на основі порівняльного аналізу. Представлені в роботах [4, 7, 10, 11] різновиди алгоритмів базуються на формалізації порівняльної процедури, мають узагальнену структуру оцінки якості та ґрунтуються на процедурах умовного нормування значень параметрів якості транспортних послуг. Форма представлення оцінки сервісної якості міських пасажирських транспортних послуг через порівняння їх з нормативним значенням має відповідний рівень об'єктивності і може бути представлена як прототип створення маркетингової моделі оцінки сервісної якості міських пасажирських транспортних послуг. Істотним недоліком такого підходу є спрощене представлення нормативних значень параметрів якості транспортних послуг, нормативні значення, що використовуються для порівняння з фактичними параметрами пропонується визначати, як правило, на основі статистичного аналізу без врахування специфічних умов обслуговування на окремих структурних елементах маршрутної системи МГПТ. У результаті цього виникає ситуація, при якій оцінка якості транспортних послуг проводиться відносно ідеалізованих умов функціонування МГПТ, які на практиці в багатьох випадках не можливо реалізувати. Встановлення «ідеалізованих» стандартів призводить до виникнення ситуації, при якій в реальних умовах за окремими показниками сервісна якість пасажирських транспортних послуг не може бути досягнута в загалі. Наявність такого недоліку обмежує перспективність реалізації реальних стратегій розвитку МГПТ.

Проведений огляд сучасного стану проблеми дозволив виділити необхідність формування комплексного підходу, який потребує розвитку існуючих моделей та алгоритмів пошуку об'єктивної форми оцінки сервісної якості пасажирських транспортних послуг через вирішення наступних задач, які недостатньо пророблені у сучасних дослідженнях:

- верифікація переліку якісних властивостей [12];
- формалізація показників кількісної оцінки параметрів якості [13];
- забезпечення комплексності оцінки якості [14];
- сприйняття пасажирями попередньої інформації [7];
- опис зворотного впливу «пасажир – якість» [4];
- експериментальна оцінка параметрів якості [14].

Вказані особливості призводять до необхідності розробки альтернативних моделей визначення сервісної якості пасажирських транспортних послуг на основі обліку соціально-маркетингових особливостей сприйняття міських пасажирських транспортних послуг.

5. Матеріали та методи дослідження

Умовою оцінки ефективності функціональних процесів обслуговування пасажирів МГПТ є облік їх корисних властивостей. Сервісна якість міських пасажирських транспортних послуг тісно пов'язана з соціальними та маркетинговими факторами її сприйняття. Зв'язок

між якістю і корисними властивостями пасажирських транспортних послуг формується через встановлення функціонального зв'язку між властивостями процесу та індикаторами якості. Обслуговування пасажирів МГПТ є узагальненою характеристикою рівня задоволеності пасажирів транспортним процесом і базується на показниках якості, які утворюють багаторівневу систему оцінки. Формалізація індикаторів якості пасажирських перевезень потребує чіткої їх структуризації та виділення складових її елементів.

Оцінка ефективності міських пасажирських перевезень свідчить про те, що при відповідному рівні розвитку якості транспортних послуг досягається значним приростом ресурсів, які використовуються для забезпечення цього приросту. Такий стан дає впевненість визначити, що потрібно знайти раціональний рівень співвідношення «приріст якості – витрати ресурсів». Приріст якості потрібно розглядати не як абсолютний показник, а як умова переходу транспортної послуги на її новий якісний рівень. Реалізація такого концепту можлива через формування нормативів сервісної якості міських пасажирських транспортних послуг шляхом виділення їх основних стимулів, які визначаються соціально-маркетинговим сприйняттям транспортної послуги. Поняття стимулів розкривається в концепції оцінки якості сервісної послуги в рамках маркетингової моделі, яка спрямована на визначення задоволеності споживачів комплексом маркетингових послуг, які надаються компанією споживачам сервісних послуг.

Розробка напрямів пошуку алгоритмів інноваційної активності МГПТ вимагає застосування адекватних підходів до оцінки якості обслуговування споживачів послуг. Серед таких підходів ефективним для зазначених цілей може бути використання методики SERVQUAL, яка науково обґрунтована, має логічну завершеність і широку практичну апробацію в сфері споживчих послуг [15]. Реалізація моделі оцінки SERVQUAL в умовах транспортних систем дає можливість її практичної адаптації в розробку методик оцінки якості соціальних послуг, до яких відноситься послуги МГПТ [16]. Однак існуючий алгоритм потребує його адаптації до специфічних умов надання пасажирських транспортних послуг, формалізації параметрів якості та виділення стимулів сприйняттям споживачами транспортної послуги.

В основу методики SERVQUAL покладена ідея формування оцінок сервісної послуги на основі сприйняття її параметрів споживачами транспортних послуг через оцінку рівня їх відповідності конкретним вимогам. Вибір показників оцінки сервісної якості транспортного сервісу МГПТ реалізується шляхом виділення маркетингових критеріїв якості та їх властивостей. Маркетингові стимули формування сервісної якості міських пасажирських транспортних послуг відображають її характер і властивості та представлені в табл. 1.

Інформаційні потреби елементів МГПТ визначаються умовами їх функціонування і відображають у зальному вигляді якість інформаційного сервісу з урахуванням його структури ієрархії:

$$Q_{ic} = (1 - P_h)(1 - P_x), \quad (1)$$

де P_h – рівень відсутності інформаційного обміну у внутрішньому середовищі МГПТ; P_x – рівень відсутності інформаційного обміну у зовнішньому середовищі МГПТ.

Таблиця 1

Маркетингові стимули сервісної якості міських пасажирських транспортних послуг

Критерії якості	Властивості	Показники оцінки
Матеріальність	Рівень відчутності впевненості реалізації послуги	Доступність, інформативність
Достовірність	Рівень надійності послуги	Своєчасність
Відповідальність	Адекватна спроможність надати послугу в разі виникнення збоїв у роботі	Надійність
Гарантованість	Компетентність і усвідомлення клієнтської довіри	Безпечність
Емпатія (проникнення у потреби споживачів)	Рівень відповідності потребам споживачів	Комфортність

Доступність транспортного сервісу МГПТ є якісним показником, що відображає рівень його використання для реалізації транспортних пересувань і може бути визначена через показник безперешкодної реалізації транспортного пересування:

$$Q_{av} = (1 - P_t)(1 - P_d), \quad (2)$$

де P_t – рівень відмови реалізації пересувань в наслідок низької інтенсивності руху по маршруту; P_d – рівень відмови реалізації пересувань в наслідок дефіциту провізних можливостей.

Своєчасність є показником, який відображає узагальнену організацію МГПТ та досягається узгодженням взаємодії його учасників та може бути оцінена показником, що відображає рівень реалізації пересувань у заплановані терміни:

$$Q_{dt} = (1 - P_l)(1 - P_u), \quad (3)$$

де P_l – рівень несвоєчасної реалізації пересувань по ділянці маршруту; P_u – рівень несвоєчасності реалізації пересувань в наслідок неефективної організації взаємодії МГПТ в транспортно-пересадочних вузлах.

Надійність транспортного сервісу визначає можливість МГПТ надати послугу з реалізації переміщень пасажирів у разі виникнення збоїв у роботі його окремих структурних елементів. Надійність може бути оцінена через рівень формування резервів провізних можливостей МГПТ для умов виникнення збоїв у функціонуванні транспортної мережі або окремих маршрутів:

$$Q_r = (1 - P_a)(1 - P_o), \quad (4)$$

де P_a – рівень виникнення дефіциту провізних можливостей на альтернативних варіантах реалізації пересувань; P_o – рівень виникнення дефіциту власних провізних можливостей в наслідок зниження провізних можливостей маршруту.

Рівень комфортності може бути оцінений ймовірністю відповідності вимогам на основних елементах маршруту:

$$Q_c = (1 - P_c)(1 - P_e), \quad (5)$$

де P_c – рівень виникнення переповнення транспортних засобів на маршруті; P_e – рівень виникнення перевищення пропускну здатності об'єктів пасажирської інфраструктури.

Структура споживчої цінності міських пасажирських транспортних послуг складається з трьох рівнів: технічний рівень, рівень зручності отримання послуги, рівень споживчого потенціалу (рис. 1).

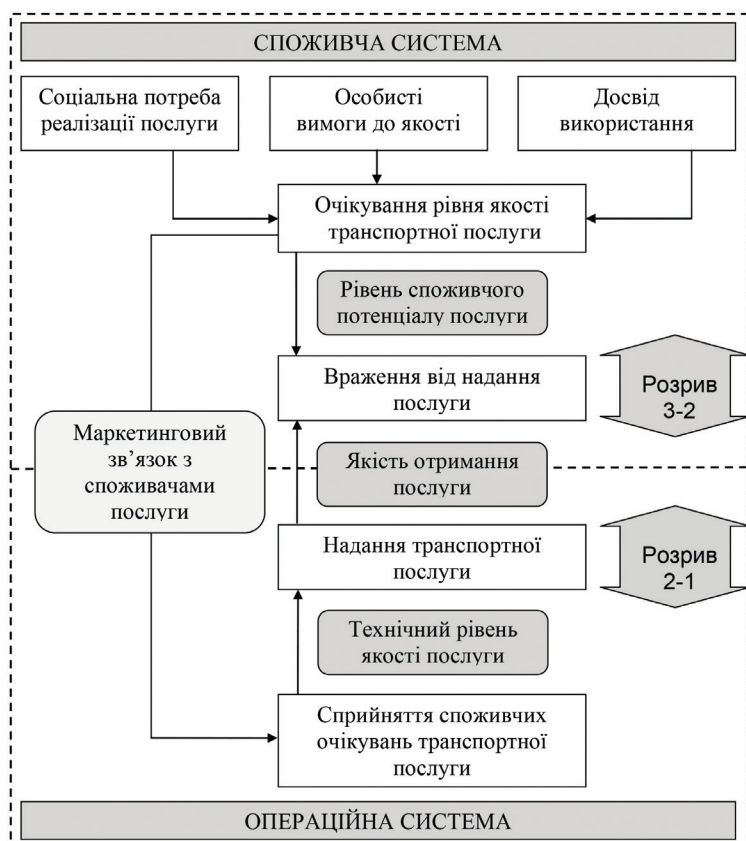


Рис. 1. Структура формування сервісної якості міських пасажирських транспортних послуг

Рівень значення цих параметрів може бути визначений на основі виділення стимулів сприйняття сервісної якості міських пасажирських транспортних послуг з позицій їх соціально-маркетингових особливостей.

Перший технічний рівень визначає мінімальний рівень сервісної якості міських пасажирських транспортних послуг, необхідних для задоволення потреб, не враховує їх сприйняття споживачами та може бути визначений у вигляді техніко-експлуатаційних параметрів МГПТ, що визначають рівень провізних можливостей МГПТ та відображають потенційну можливість отримання пасажиром послуги. Рівень якості транспортних послуг першого рівня визначається на основі існуючих ресурсних можливостей МГПТ, якісного рівня їх використання та впливу на них факторів зовнішнього середовища і виступає в якості первинного джерела формування потенціалу МГПТ. Визначити його значення можливо шляхом проведення розрахунків показників якості транспортного обслуговування за умов використання планових параметрів функціонування МГПТ та відсутності внутрішнього і зовнішнього впливу на його елементи.

Другий рівень визначає умови надання транспортної послуги через оцінку рівня відповідності у часі пропозиції з попитом. Цей рівень може бути охарактеризований параметрами, які описують співвідношення пропозиції з попитом у часі, визначається шляхом моделювання

функціонування МГПТ в реальних умовах і передбачає облік впливу внутрішніх та зовнішніх чинників на умови отримання пасажиром транспортної послуги. Його визначення дозволяє оцінити фактичний рівень надання якості транспортних послуг. Розрив між технічним та якісним рівнями формується на основі зниження ресурсної ефективності технологічного процесу і є показником, який дозволяє надати оцінку ефективності використання ресурсів МГПТ.

Третій рівень відображає стан споживчого потенціалу транспортної послуги, який формується через співставлення якісних вимог, визначених пасажиром для кожного елемента мережі МГПТ в якості їх маркетингових вимог, з фактичним рівнем наданих транспортних послуг. Показники цього рівня є результативними, до них входить весь перелік параметрів оцінки якості транспортного сервісу, вони відображають ступінь відповідності наданих транспортних послуг рівню висунутих пасажиром маркетингових потреб шляхом формування у них узагальненого сприйняття наданої транспортної послуги.

Важливим елементом оцінки сервісної якості транспортного обслуговування на основі запропонованого соціально-маркетингового підходу є виділення розривів між рівнями його формування. Розрив 2-1 відображає ступінь відповідності технічної пропозиції МГПТ умовам потенційного рівня сервісної якості міських пасажирських транспортних послуг, який необхідний для забезпечення на технологічному рівні в повному обсязі соціальних потреб пасажирів. Оцінка його значення проводиться шляхом розрахунку коефіцієнта міжрівневої відповідності технічній пропозиції МГПТ. Розрив 3-2 відображає ступінь відповідності

наданих транспортних послуг маркетинговим очікуванням пасажирів. Цей розрив показує відповідності транспортних послуг, реалізованих в реальних умовах функціонування МГПТ, рівню споживчого потенціалу транспортної послуги і може бути оцінений за допомогою коефіцієнту споживчого потенціалу транспортної послуги. Для визначення відповідних коефіцієнтів по кожному розриву використовується залежність (6) за допомогою якої проводиться розрахунок загального значення розривів для всіх елементів маршрутно-транспортної системи МГПТ:

$$Q_{Ri-j} = \frac{1}{H_s} \sum_{m=1}^k \max \left\{ 0, \frac{\sum_{x=1}^n (Q_{mx}^i - Q_{mx}^j) k_x}{\sum_{x=1}^n Q_{mx}^i} \right\} H_m, \quad (6)$$

де Q_{mx}^i, Q_{mx}^j — показник якості транспортних послуг, який забезпечується i -м та j -м рівнем відповідно; k_x — ваговий коефіцієнт x -го показника якості транспортних послуг; k — кількість показників якості транспортного обслуговування; H_m — обсяг перевезень на маршруті m , пас.; H_s — загальний обсяг перевезень на маршрутах МГПТ, пас.; n — кількість маршрутів МГПТ.

Виходячи з соціально-маркетингових принципів забезпечення якості транспортного сервісу МГПТ досягається за умов відсутності визначених розривів. Така

ситуація відповідає максимально ефективному стану структурних компонент системи забезпечення транспортного обслуговування населення міста. Виходячи з цих умов оцінка якості транспортного сервісу МГПТ може бути проведена шляхом визначення рівня наявності розриву другого рівня:

$$Q_s = 1 - Q_{R2-3} = 1 - (Q_3 - Q_2) = 1 - Q_3 + Q_1 - Q_{R1-2}, \quad (7)$$

де Q_3, Q_1 – рівень якості транспортних послуг, який відповідає соціально-маркетинговим потребам пасажирів та технічним можливостям МГПТ відповідно; Q_{R1-2} – розрив між технічним та якісним рівнем забезпечення транспортних послуг МГПТ.

Після проведення математичних перетворень показник оцінки сервісної якості транспортних послуг МГПТ приймає вигляд лінійної функції:

$$Q_s = 1 - \sum_{m=1}^k \frac{\sum_{x=1}^n Q_{mx}^3 k_x H_m}{\sum_{x=1}^n Q_{mx}^3 H_m} + \sum_{m=1}^k \frac{\sum_{x=1}^n Q_{mx}^1 k_x H_m}{\sum_{x=1}^n Q_{mx}^1 H_m} - \frac{1}{H_s} \sum_{m=1}^k \max \left\{ 0, \frac{\sum_{x=1}^n (Q_{mx}^1 - Q_{mx}^2) k_x}{\sum_{x=1}^n Q_{mx}^1} \right\} H_m. \quad (8)$$

Представлена модель дозволяє провести оцінку сервісної якості транспортного сервісу МГПТ шляхом виділення маркетингових потреб пасажирів, рівня технічної пропозиції МГПТ та обліку системної ефективності технологічного процесу.

6. Результати дослідження

Апробація представленого підходу оцінки сервісної якості транспортних послуг проведена в умовах маршрутної системи МГПТ Салтівського житлового масиву м. Харкова (Україна). До меж даної маршрутної системи входить 14 маршрутів МГПТ, які забезпечують транспортне сполучення між внутрішньорайонними об'єктами формування і тяжіння пасажиропотоків. Маркетингові потреби пасажирів по виділеним показникам сервісної якості транспортних послуг були визначені для кожного маршруту мережі за допомогою анкетування. Технічна пропозиція сервісної якості транспортного обслуговування визначається виходячи з рівня максимально можливої провізної спроможності маршрутів МГПТ, шляхом розрахунку її значення для умов забезпечення максимальної ефективності технологічного процесу без врахування характеру і фактичних параметрів транспортної мережі та впливу зовнішніх факторів. На основі створеної у програмному середовищі Vissum експериментальної моделі функціонування МГПТ Салтівського житлового масиву м. Харкова були визначені показники фактичного рівня сервісної якості транспортних послуг. Результати розрахунків складових сервісної якості транспортних послуг для маршрутів МГПТ наведені в табл. 2.

Представлена інформація щодо складових сервісної якості транспортного обслуговування МГПТ Салтівського житлового масиву м. Харкова дозволяє звернути увагу на той факт, що на всіх маршрутах крім 275е, є незадовільний технічний рівень якості. Очевидно це

пов'язане з дефіцитом провізних можливостей транспортних підприємств, невідповідністю місткості рухомого складу пасажиропотокам на маршрутах та високим рівнем нерівномірності колювання транспортного попиту.

Таблиця 2

Показники сервісної якості транспортного обслуговування МГПТ Салтівського житлового масиву м. Харкова

Маршрут	24	34	42	6е	10е	41е	52е
Рівень соціально-маркетингових потреб пасажирів	1,12	1,08	1,02	1,05	1,08	1,03	1,06
Технічний рівень якості	0,848	0,776	0,841	0,771	0,893	0,873	0,935
Сервісна якість транспортного обслуговування	0,807	0,736	0,819	0,748	0,87	0,857	0,927
Маршрут	201е	206е	207е	212е	275е	266е	268е
Рівень соціально-маркетингових потреб пасажирів	1,04	1,02	1,07	1,02	1,08	1,08	1,03
Технічний рівень якості	0,792	0,891	0,759	0,884	1	0,769	0,748
Сервісна якість транспортного обслуговування	0,761	0,88	0,739	0,868	1	0,74	0,723

Зниження ефективності використання існуючих провізних можливостей МГПТ відбувається в наслідок впливу зовнішніх чинників, які формують стан транспортної системи району. Це призводить до погіршення сервісної якості транспортного обслуговування населення житлового масиву і дозволяє зробити висновок про необхідність впровадження заходів щодо нівелювання цих впливів і реалізації технологічних заходів забезпечення надійності функціональних процесів МГПТ.

За результатами розрахунків встановлено, що загальний рівень сервісної якості транспортного обслуговування МГПТ становить 0,818. Отримане значення відображає ступінь відповідності рівня наданих транспортних послуг соціально-маркетинговим потребам населення та дозволяє зробити висновок про низький його рівень.

7. SWOT-аналіз результатів дослідження

Перспективність розвитку даного дослідження визнається аналізом його властивостей стосовно характеру і рівня його адаптації до практичного використання. В якості сильної сторони дослідження слід відзначити виділення сучасних принципів формування нормативів сервісної якості міських пасажирських транспортних послуг на основі верифікації і оцінки основних стимулів, які визначаються соціально-маркетинговим сприйняттям транспортної послуги. На перевагу даного методу свідчить використання методики SERVQUAL, яка науково обґрунтована, має логічну завершеність і широку практичну апробацію в сфері споживчих послуг. Використання запропонованого підходу до оцінки сервісної якості транспортного обслуговування дає можливість проведення такої процедури шляхом обліку і формалізації міжрівневих зв'язків формування транспортної пропозиції з урахуванням характеру потреб пасажирів, що дозволяє забезпечити повноту інформаційного обміну між споживачами транспортних послуг та МГПТ.

Слабкою стороною дослідження є суб'єктивність представлення соціально-маркетингових потреб пасажирів, які визначаються шляхом проведення анкетування споживачів транспортних послуг та складністю їх

формування через сприйняття пасажирями попередньої інформації про стан організованості транспортного обслуговування. Для мінімізації впливу суб'єктивності на формуванні соціально-маркетингових вимог необхідним є процедура виділення спектру параметричних оцінок потреб пасажирів, яка реалізується шляхом створення відповідних форм анкет.

Використання запропонованого підходу відкриває можливості до подальших досліджень в області системної оцінки ефективності МГПТ, розробки ресурсоефективних технологій його роботи та формування принципів його сталості. Факторами стимулювання використання соціально-маркетингової оцінки сервісної якості міських пасажирських транспортних послуг при дослідженні проблем підвищення ефективності МГПТ є її адаптованість до умов проведення експериментальної оцінки параметрів якості та реалізація процедури її визначення за допомогою моделювання функціональних процесів.

Складність впровадження запропонованого підходу до оцінки сервісної якості транспортного обслуговування обумовлюється необхідністю проведення постійного оперативного моніторингу відповідності транспортної пропозиції потребам пасажирів на основі обліку оперативної інформації про умови роботи МГПТ та стану функціонування міської транспортної системи.

На основі проведеного SWOT-аналізу результатів дослідження можна виділити основні напрямки формування умов реалізації поставлених цілей, які полягають у формуванні параметрів сприйняття сервісної якості міських пасажирських транспортних послуг з позицій їх соціально-маркетингових особливостей, виділення рівня відповідності технічної пропозиції фактичним умовам їх реалізації та параметризації їх стану відносно фактичного рівня споживчого потенціалу транспортних послуг.

8. Висновки

1. Розроблено структурну модель сервісної якості міських пасажирських транспортних послуг. В основу запропонованої моделі оцінки сервісної якості міських пасажирських транспортних послуг поставлений принцип формування її оцінки на основі визначення рівня споживчого потенціалу транспортної послуги через виділення міжрівневих розривів технічної пропозиції МГПТ та соціально-маркетингових потреб пасажирів.

2. Встановлено, що на рівень сервісної якості транспортного обслуговування в значній мірі впливає рівень технічної пропозиції МГПТ, яка формується виходячи з його внутрішніх ресурсних можливостей та рівня організованості технологічних процесів обслуговування, який формується під впливом факторів зовнішнього середовища.

Для маршрутної системи МГПТ Салтівського житлового масиву м. Харкова встановлено, що рівень сервісної якості транспортного обслуговування МГПТ становить 0,818. Отримане значення свідчить про незадовільний рівень сервісної якості транспортного обслуговування та його невідповідність соціально-маркетинговим вимогам пасажирів. Серед факторів, які впливають на отримання негативного значення є ресурсний дефіцит МГПТ, частка якого у зниженні якості складає 85,5 %, та зовнішній вплив умов реалізації функціональних процесів які складають 14,5 %.

Запропонований підхід щодо оцінки сервісної якості пасажирських перевезень може бути використаний при

формуванні системної ефективності МГПТ в умовах реалізації стратегії сталого розвитку міського середовища.

3. Запропоновані форми параметрів формування сервісної якості міських пасажирських транспортних послуг відповідають вимогам компромісу між простотою їх представлення та можливістю обліку їх технологічно-споживчих особливостей, забезпечуючи при цьому достатній рівень інформаційного обміну між споживачами транспортних послуг та МГПТ. Представлений вид параметрів сервісної якості міських пасажирських послуг задовольняє вимогам обліку ймовірнісних процесів транспортного обслуговування, може бути використаний при перспективній оцінці стану МГПТ у функціональних моделях міської транспортної системи та має практичну адаптацію до умов обліку його системної ефективності в межах міського середовища.

Література

1. Аксенова, Е. С. Развитие пассажирской транспортной системы как одного из условий совершенствования социальной инфраструктуры города [Текст]: автореф. дис. ... канд. социол. наук: 22.00.08 / Е. С. Аксенова; ГОУВПО «МГУС». — М., 2006. — 25 с.
2. Шпильовий, І. Ф. Методичні основи управління системами міських пасажирських перевезень [Текст] / І. Ф. Шпильовий // Східно-Європейський журнал передових технологій. — 2010. — № 3/6 (45). — С. 33–38. — Режим доступу: \www/URL: <http://journals.urau.ua/eejet/article/view/2846>
3. Vdovychenko, V. Formation of methodological levels of assessing city public passenger transport efficiency [Text] / V. Vdovychenko, Y. Nagornyy // Eastern-European Journal of Enterprise Technologies. — 2016. — № 3/3 (81). — P. 44–51. doi:10.15587/1729-4061.2016.71687
4. Кужель, В. П. Визначення рівня якості пасажирських перевезень з позиції пасажирів [Текст] / В. П. Кужель, А. П. Іщенко, М. О. Бишко // Вісник СНУ ім. Володимира Даля. — 2013. — № 15 (204), Ч. 2. — С. 274–278.
5. Вінченко, В. С. Аналіз факторів і умов, які впливають на якість пасажирських перевезень на міському пасажирському транспорті [Текст] / В. С. Вінченко, І. Ю. Тарасюк // Комуніальне господарство міст. — 2011. — Вип. 99. — С. 369–374.
6. Seco, A. J. M. The quality of public transport: relative importance of different performance indicators and their potential to explain modal choice [Text] / A. J. M. Seco, J. H. G. Gonçalves // Urban Transport XIII: Urban Transport and the Environment in the 21st Century. — 2007. — Vol. 96. — P. 313–325. doi:10.2495/ut070301
7. Турпишева, М. С. Методика оценки качества системы пассажирских автоперевозок [Текст] / М. С. Турпишева, Е. Р. Нургаліев // Вестник Астраханского государственного технического университета. — 2014. — № 1 (57). — С. 42–46.
8. dell'Olivo, L. The quality of service desired by public transport users [Text] / L. dell'Olivo, A. Ibeas, P. Cecin // Transport Policy. — 2011. — Vol. 18, № 1. — P. 217–227. doi:10.1016/j.tranpol.2010.08.005
9. de Oña, R. Cluster Analysis for Diminishing Heterogeneous Opinions of Service Quality Public Transport Passengers [Text] / R. de Oña, G. López, F. J. D. de los Rios, J. de Oña // Procedia — Social and Behavioral Sciences. — 2014. — Vol. 162. — P. 459–466. doi:10.1016/j.sbspro.2014.12.227
10. Eboli, L. A methodology for evaluating transit service quality based on subjective and objective measures from the passenger's point of view [Text] / L. Eboli, G. Mazzulla // Transport Policy. — 2011. — Vol. 18, № 1. — P. 172–181. doi:10.1016/j.tranpol.2010.07.007
11. d'Ovidio, F. D. A Multivariate Analysis of the Quality of Public Transport Services [Text] / F. D. d'Ovidio, D. Leogrande, R. Mancarella, A. Schinzano, D. Viola // Procedia Economics and Finance. — 2014. — Vol. 17. — P. 238–247. doi:10.1016/s2212-5671(14)00868-5
12. Lai, W.-T. Behavioral intentions of public transit passengers — The roles of service quality, perceived value, satisfaction and involvement [Text] / W.-T. Lai, C.-F. Chen // Transport

- Policy. — 2011. — Vol. 18, № 2. — P. 318–325. doi:10.1016/j.tranpol.2010.09.003
13. Iseki, H. Style versus Service? An Analysis of User Perceptions of Transit Stops and Stations [Text] / H. Iseki, B. Taylor // Journal of Public Transportation. — 2010. — Vol. 13, № 3. — P. 23–48. doi:10.5038/2375-0901.13.3.2
 14. Mahmoud, M. Bus Transit Service Quality Monitoring in UK: A Methodological Framework [Text] / M. Mahmoud, J. Hine, A. Kashyap // Proceedings of the Irish Transport Research Network Conference. — 2011. — Vol. 31. — P. 31–40.
 15. Федоськина, Л. А. Методика «SERVQUAL» как инструмент повышения инновационной активности в организациях сферы услуг [Текст] / Л. А. Федоськина // Креативная экономика. — 2008. — № 3 (15). — С. 73–83.
 16. Мельник, Т. С. Показники безпеки пасажирського транспорту в системі SERVQUAL та комплексній оцінці конкурентоспроможності [Текст] / Т. С. Мельник, О. В. Христофор // Транспортні системи та технології перевозок. — 2011. — № 2. — С. 69–73.

ФОРМИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-МАРКЕТИНГОВОЙ ОЦЕНКИ СЕРВИСНОГО КАЧЕСТВА ГОРОДСКИХ ПАССАЖИРСКИХ ТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ

Выделены маркетинговые стимулы формирования сервисного качества городских пассажирских транспортных услуг,

которые отражают ее потребительские свойства. Предложен подход к оценке сервисного качества городских пассажирских транспортных услуг на основе определения уровня их потребительского потенциала путем выделения межуровневых разрывов технического предложения городского общественного пассажирского транспорта и социально-маркетинговых потребностей пассажиров.

Ключевые слова: сервисное качество, транспортное обслуживание, городской общественный пассажирский транспорт, социально-маркетинговые потребности.

Вдовиченко Володимир Олексійович, кандидат технічних наук, доцент, кафедра транспортних технологій, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, Україна, e-mail: Vval2301@gmail.com.

Вдовиченко Владимир Алексеевич, кандидат технических наук, доцент, кафедра транспортных технологий, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, Украина.

Vdovychenko Volodymyr, Kharkiv National Automobile and Highway University, Ukraine, e-mail: Vval2301@gmail.com

УДК 658.7:656.2

DOI: 10.15587/2312-8372.2016.80733

Алешинский Е. С.,
Мещеряков В. В.,
Руденко А. С.

РАЗРАБОТКА МЕТОДОВ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РАБОТЫ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ЦЕПИ В ПРЕДЕЛАХ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОГО КЛАСТЕРА

Рассмотрена технология перевозки грузов с участием железнодорожного транспорта в пределах транспортно-логистического кластера. Приведена структурная схема перевозочного процесса. Приведены основные причины, влияющие на потерю прибыли грузовладельцем вследствие выполнения перевозочного процесса. Выведены основные параметры, определяющие надежность перевозчика при выполнении перевозки одним видом транспорта.

Ключевые слова: транспортно-логистический кластер, перевозочный процесс, грузовладелец, надежность, технологическая цепь, кластерный поход.

1. Введение

Согласно проекту закона «О железнодорожном транспорте Украины», одними из основных целей в процессе развития железных дорог являются: эффективное использование объектов инфраструктуры, которые непосредственно применяются для обеспечения процесса перевозки, равноправного доступа к услугам инфраструктуры всем пользователям, которые заинтересованы в получении таких услуг, формирования конкурентоспособного рынка железнодорожных услуг [1].

В связи с этим актуальной проблемой становится формирование логистической системы с высокими параметрами надежности, функциональности, доступности, использования мирового опыта в направлениях реформирования перевозочного процесса на транспорте, и поиск средств для повышения конкурентоспособности.

Также, появилась проблема, связанная с малыми объемами производства для работников железнодорожного транспорта, что связано с высокой конкуренцией, неудовлетворенностью среди грузовладельцев, отсталостью материально-технической базы. Тенденция к разделению грузовых и пассажирских перевозок приобретает все большие обороты по всему миру, в процессе чего выявляются существенные различия между грузовым и пассажирским сообщением.

2. Объект исследования и его технологический аудит

Одним из наиболее популярных методов повышения показателей работы является поиск и улучшение звеньев в технологической цепи, которые имеют самые низкие показатели работы (при этом технологический процесс