

УДК 656.211.5

Кисіль Світлана Вікторівна, здобувач, Український державний університет залізничного транспорту, м. Харків, Україна. Ул. Феєрбаха, 7, м. Харків, Україна, 61050, (<http://orcid.org/0000-0002-4655-8398>).

МЕТОДИКА ОЦІНКИ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ РЕЙТИНГОВИМ МЕТОДОМ

В статті розроблені теоретичні та методичні основи впровадження рейтингового методу для оцінки додаткових послуг залізничних підприємств з метою удосконалення системи управління додатковими послугами відповідно до пріоритетних напрямків розвитку сучасного підприємства. Розвиток залізничної інфраструктури за напрямком клієнтоорієнтованості відповідає сучасним вимогам та європейським стандартам реформування галузі. В ході дослідження виявлено, що пріоритетним напрямком підвищення конкурентоспроможності, інвестиційної привабливості, ефективності менеджменту є удосконалення існуючої системи управління додатковими послугами.

Удосконалено систему управління додатковими послугами шляхом впровадження нового методу їх оцінки, такого як рейтинговий. Застосування рейтингового методу в економіці не є новим, але залізнична галузь поки не використовувала його для аналізу своєї діяльності.

Ключові слова: додаткова послуга, рейтинговий метод, оцінка, пасажир.

Кысиль Светлана Викторовна, соискатель, Украинский государственный университет железнодорожного транспорта, г. Харьков Украина. Ул. Феєрбаха, 7, м. Харків, Україна, 61050, (<http://orcid.org/0000-0002-4655-8398>)

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ РЕЙТИНГОВИМ МЕТОДОМ

В статье разработаны теоретические и методические основы внедрения рейтингового метода для оценки дополнительных услуг железнодорожных предприятий с целью усовершенствования системы управления дополнительными услугами в соответствии к приоритетных направлений развития современного предприятия. Развитие железнодорожной инфраструктуры по направлению клиентоориентированности соответствует современным требованиям и европейским стандартам реформирования отрасли. В ходе исследования выявлено, что приоритетным направлением повышения конкурентоспособности, инвестиционной привлекательности, эффективности менеджмента является совершенствование существующей системы управления дополнительными услугами.

Усовершенствована система управления дополнительными услугами путем внедрения нового метода их оценки, такого как рейтинговий. Применение рейтингового метода в экономике не является новым, но железнодорожная отрасль пока не использовала его для анализа своей деятельности.

Ключевые слова: дополнительная услуга, рейтинговий метод, оценка, пассажир.

Kysil Svitlana Viktorivna, the applicant of the Ukrainian state University of railway transport, Kharkov, Ukraine. Feerbakha st., 7, Kharkov, Ukraine, 61050, (<http://orcid.org/0000-0002-4655-8398>)

METHOD OF EVALUATION ADDITIONAL SERVICES RATING METHOD

In article theoretical and methodical bases of introduction of the rating method for the evaluation of additional services of railway undertakings with the aim of improving the system of management of additional services in accordance to priority directions of development of modern enterprises. The development of railway infrastructure in the direction of customer orientation corresponds to modern requirements and European standards reforms. The study identified that a priority area of competitiveness, investment attractiveness, effectiveness of management is to improve the existing system of management additional services.

Improved system management additional services through the introduction of a new method of assessment, such as rating.

The application of the rating method in Economics is not new, but the railway sector has not yet used it for analysis of its activity.

Keywords: additional service, rating method, evaluation, passenger.

Постановка проблеми

Основною послугою пасажирського комплексу є безпосередньо перевезення [1]. Та зростаючу роль в останні роки набувають додаткові послуги, як невичерпне джерело отримання додаткових прибутків з мінімальними витратами на їх впровадження або удосконалення. Це стає можливим через те, що потенціал розвитку додаткових послуг не повністю вивчений та вичерпаний.

Підсумки V Міжнародної конференції «Маркетинг та логістика в системі менеджменту на залізничному транспорті», яка проходила з 29 вересня по 2 жовтня 2015 року у м.

Кам'янець-Подільському [1], підтверджують важливість розвитку додаткових послуг залізничних підприємств з орієнтацією на пасажирів.

Показником ефективного функціонування підприємства залізничного транспорту є його самоокупність. Головним видом діяльності пасажирського сектору є надання послуг. Тому правильна організація послуг на підприємстві є актуальною проблемою сучасності.

Необхідність удосконалення системи управління додатковими послугами шляхом впровадження нових методів і зумовило вибір напрямку даного дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Проблемам удосконалення додаткових послуг залізничних підприємств присвячені наукові праці О. В. Бакалінського, В. В. Вертель, Г. С. П'ятигорець, В. І. Пасічника [2–5] та ін. Розробкою теоретичних та методичних основ функціонування послуг в пасажирських перевезеннях займаються В. П. Гудкова, І. О. Жарська, Л. В. Костюченко [6–8] та ін.

Постановка завдання

Метою дослідження є розробка теоретичних та методичних основ впровадження рейтингового методу для оцінки додаткових послуг залізничних підприємств з метою удосконалення системи управління додатковими послугами.

Виклад основного матеріалу дослідження

Рейтинговий метод можна визначити як систему правил та підходів до вивчення ефективності додаткових послуг підприємства, за допомогою показників успішності (рейтингів) шляхом визначення місця кожної послуги в загальній системі обслуговування пасажирів.

За його допомогою оцінюються існуючі послуги за обраними критеріями, які для кожного окремого виробничого підрозділу мають найбільше (пріоритетне) значення. З погляду на це рейтинговий метод є універсальним, тому для нього можуть використовуватися будь-які критерії в залежності від поставленої мети.

Під час дослідження були відібрані основні наступні критерії:

- рівень доходів від послуги;
- кількість пасажирів, що скористалися даною послугою;
- ступінь задоволення пасажирів якістю послуги.

Рівень доходів є головним критерієм для підприємства при прийнятті управлінських рішень. Всі інші критерії – це показники затребуваності послуг пасажирами, якими вони користуються при виборі тієї або іншої послуги. Вони дозволяють оцінити попит на окремі додаткові послуги.

Для оцінки додаткових послуг підприємства рейтинговим методом були використані такі форми маркетингової звітності як ЦЛМ-002, 003, 005, 006.

Для даного дослідження відібрані 50 найрозповсюдженіших додаткових послуг та показники діяльності окремого виробничого підрозділу, універсальність методу дозволяє використовувати його для різної кількості послуг та виробничих підрозділів різної класності.

Першим показником при складанні рейтингу став «рівень доходів від послуги» критерієм якого є дохід, який отримує підприємство від надання додаткової послуги. Розподіл місць відбувається від 1 по 50-те (найбільшій сумі доходів присвоюється 1 місце, найменшій – останнє 50-те). Аналогічно проводиться розподіл місць за показником «кількість пасажирів, що скористалися даною послугою».

Для визначення показника «ступінь задоволення пасажирів якістю послуги» були взяті результати опитування за анкетною, в якій пасажири висловлювали думку з приводу якості послуг, що надаються підприємством, оцінили її за 10-бальною шкалою. Принцип присвоєння місць – 1 місце – 10 балів за якість, 2 – 9 балів і т. д.

Результати впровадження рейтингового методу наведені у таблиці .

Результати впровадження рейтингового методу

№	Найменування послуги	Отримане місце за критерієм «доходи»	Отримане місце за критерієм «кількість пасажирів»	Отримане місце за критерієм «ступінь задоволення якістю послуги»	Загальний рейтинг
49	Паркування транспортного засобу	1	2	6	9
42	Користування платним туалетом	2	1	8	11
3	Зберігання ручної поклажі в камерах схову	5	4	3	12
1	Надання письмової довідки на прохання пасажира	7	3	3	13
14	Користування залом очікування підвищеної комфортності	4	7	2	13
13	Користування залом очікування	6	5	3	14
45	Доставка проїзного документа на замовлення за місцем проживання, роботи	10	8	1	19
46	Замовлення залізничних проїзних документів по телефону	8	9	3	20
5	Перенесення носієм 1-го місця ручної поклажі або багажу	9	11	3	23
17	Копіювально-розмножувальні роботи	21	6	1	28
29	Проживання в номерах готелю	3	17	8	28
41	Послуги перукарні	11	14	4	29
32	Надання телевізора напрокат у номері готелю	12	12	6	30
50	Автопослуги	15	10	5	30
6	Зберігання багажу та вантажобагажу понад встановлений термін	13	15	5	33
10	Оформлення перевізного документу на багаж та вантажобагаж	16	16	2	34
19	Підзарядка мобільних телефонів	19	13	5	37
47	Доставка квитків у потяг на поїзди дальнього сполучення зарезервованих через Інтернет	18	18	4	40
11	Бронювання місць у багажному вагоні	22	19	1	42
27	Екскурсійне обслуговування	14	20	8	42
48	Користування більярдом	17	21	7	45
43	Користування душем	23	22	7	52
26	Користування ПК (з доступом до мережі «Інтернет») за 1 годину	27	23	6	56
4	Примусове відмикання камери схову на прохання пасажира	25	29	4	58
23	Перебування пасажирів у кімнаті відпочинку сервіс –центра	20	35	4	59

Продовження таблиці

38	Користування телефоном	29	27	4	60
7	Повідомлення одержувача про прибуття на його адресу багажу по телефону	32	25	4	61
9	Надання візка вантажовідправнику та вантажоотримувачу	26	28	7	61
37	Користування душем в готелі	30	32	3	65
8	Завантаження та розвантаження вантажобагажу	24	36	6	66
21	Користування персональним комп'ютером (без доступу до мережі Інтернет)	34	26	6	66
28	«Експрес-передача»: перевезення одного конверта вагою до 1 кг включно	28	34	6	68
31	Надання холодильника напрокат у номері готелю	31	30	7	68
22	Ламінування	38	24	7	69
12	Пакування речей з окантуванням, пакування решіткою, окантування	33	31	8	72
2	Оголошення по вокзальному гучномовцю на прохання пасажирів	35	33	5	73
36	Користування феном та локоном в готелі	37	37	1	75
40	Користування вентилятором	39	43	2	84
16	Виклик таксі по телефону	40	38	7	85
24	Користування конференц - залом	36	47	2	85
30	Прасування	42	41	2	85
39	Надання кондиціонера у номері	41	44	2	87
18	Отримання від пасажирів замовлення на виклик носія у сервісному центрі	44	39	5	88
34	Підігрівання продуктів харчування у мікрохвильовій печі	45	40	7	92
44	Користування феном або локоном	43	42	7	92
20	Бронювання місць в готелі	46	46	5	97
25	Факсимільна передача документа	47	45	10	102
33	Чищення одягу на замовлення громадян	48	49	8	105
15	Надання напрокат книг, журналів у залі підвищеного комфорту	49	48	9	106
35	Пришивання гудзиків або надання ниток та голки	50	50	9	109

Рейтинговий метод дав поштовх для формування визначення кризової послуги та процедури її виявлення. Ця процедура допомагає швидко виокремити кризові послуги та послуги – еталони.

Універсальність рейтингового метода дозволяє провести оцінку на будь-якому рівні та у середині той чи іншої класифікованої групи.

Висновки даного дослідження

Впровадження рейтингового методу для оцінки додаткових послуг дозволила зробити такі висновки:

1) Найбільший попит має послуга – платний туалет, але через низьку якість ця послуга втрачає доходи та посідає лише друге місце в загальному рейтингу.

2) Паркування транспортних засобів – має найвищий дохід, та за кількістю пасажирів займає друге місце і має задовільну якість послуги. З урахуванням всіх цих факторів воно посідає перше місце в загальному рейтингу послуг.

3) Такі послуги як чищення одягу, надання книг напрокат, факсимільна передача документа мають низьку якість, та не користуються попитом, тому доцільно вилучити їх зі складу додаткових послуг взагалі.

4) Така послуга як пришивання гудзиків або надання голки та ниток мають відмінну якість, але не користуються попитом, тому доцільно впровадити активні маркетингові заходи для рекламування послуги та збільшення попиту на неї.

Таким чином, рейтинговий метод дозволяє виявити основні проблеми в існуючих послугах. Так, необхідно звернути увагу на підвищення якості обслуговування тих послуг, які найбільше користуються попитом. А також, для послуг з найвищими показниками якості необхідно застосовувати активну маркетингову політику для збільшення попиту, а відповідно, і доходних надходжень підприємства.

Та підсумовуючи вищесказане, можна стверджувати що сучасний рівень розвитку суспільства вимагає впровадження нових методів оцінки додаткових послуг з метою удосконалення системи управління додатковими послугами в галузі пасажирських перевезень.

Список використаної літератури:

1. Орієнтир-пасажир: підсумки V Міжнародної конференції "Маркетинг та логістика в системі менеджменту на залізничному транспорті" [Електронний ресурс] / О.Плотнікова // Газета "Магістраль". – 2015. – №78. – С. 3. – Режим доступу: <http://www.magistral-uz.com.ua/file/708.pdf>.
2. Бакалінський О. В. Маркетинг пасажирських перевезень перспективними видами рухомого складу залізниць: теорія, методологія, практика [Текст] : дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.04 / Бакалінський Олександр Вікторович ; Держ. екон.-технол. ун-т трансп. – К., 2012. – 461 с.
3. Вертель В. В. Маркетингове дослідження незадоволеного попиту на пасажирські перевезення залізницями [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Вертель Валентина Вікторівна; Держ. екон.-технол. ун-т трансп. – К., 2012. – 192 арк.
4. П'ятигорець Г. С. Удосконалення ціноутворення на додаткові послуги залізничних вокзалів: Дис. ...канд. екон. наук: 08.00.04. – Дніпропетровськ, 2012. – 233 с.
5. Пасічник В. І. Підвищення якості транспортних послуг з використанням маркетингових досліджень / В. І. Пасічник, О. В. Пацьора, В. П. Зюзіна // Збірник наукових праць Державного економіко-технологічного університету транспорту. – 2014. – Вип. 27. – С. 29–34.
6. Гудкова В. П. Обґрунтування необхідності впровадження нових інформаційних технологій в сфері пасажирських перевезень залізниць / В. П. Гудкова, О. М. Кравчук // Збірник наукових праць Державного економіко-технологічного університету транспорту. Сер. : Економіка і управління, 2014. – Вип. 27. – С. 78–87.
7. Жарська І. О. Інформаційні системи й технології в системі маркетингу залізничного транспорту / І. О. Жарська // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2013. – № 1. – С. 100–111.
8. Костюченко Л. В. Застосування інноваційних технологій у сфері транспортного обслуговування / Л. В. Костюченко, О. Л. Ничик // Збірник наукових праць Державного економіко-технологічного університету транспорту. – 2014. – Вип. 27. – С. 17–22.

References:

1. Landmark-passenger: results of the V International conference "Marketing and logistics in management system on railway transport" [Orientir-pasazhir: pidsumki V Mizhnarodnoi konferencii "Marketing ta logistika v sistemi menedzhmentu na zaliznichnomu transporti"] [Elektronnij resurs] / O.Plotnikova // Gazeta "Magistral". – 2015. – № 78. – P. 3. – Rezhim dostupu: <http://www.magistral-uz.com.ua/file/708.pdf>.
2. Bakalinskij O. V. Marketing of passenger transportation promising types of rolling stock Railways: theory, methodology, practice [Text] : dis. ... d-ra ekon. sciences : 08.00.04 / Bakalinsky Alexander ; State economic and technological University of transport. – K., 2012. – 461 p.
3. Vertel' V. V. Marketing research of unsatisfied demand for passenger transport Railways [Text]: dis. ... candidate. econ. sciences: 08.00.04 / Vertel' Valentina Viktorovna; State economic and technological University of transport. – K., 2012. – 192 p.

4. Pyatigorets G. S. Improvement of pricing for additional services train stations: Dis. ...candidate. econ. sciences: 08.00.04. – Kiev, 2012. – 233 p.
5. Pasechnik V. I. Improving the quality of transport services using marketing research / V.I. Pasechnik, A.V. Pacora, V.P. Zyuzina // Collection of scientific works of the State economic and technological University of transport. - 2014. – Vol. 27. – P. 29–34.
6. Gudkova V. P. The Rationale for the introduction of new information technologies in the sphere of passenger traffic of Railways.P. Gudkov, A. M. Kravchuk // Collection of scientific works of the State economic and technological University of transport. Series: Economics and management, 2014. – Vol. 27. – P. 78–87.
7. Zharska I. A. Information systems and technologies in the marketing system of railway transport / I. A. Zharska // Marketing and management of innovations. – 2013. – No. 1. – P. 100–111.
8. Kostyuchenko L. V. Application of innovative technologies in the field of transport services / L. V. Kostyuchenko, A. L. Nacic // Collection of scientific works of the State economic and technological University of transport. – 2014. – Vol. 27. – P. 1722.

Поступила в редакцию 21.11 2015 г.