

УДК 656.073:658.8

О.С. Шумилова¹, Е.Ю. Фалеева¹

¹ Иркутский государственный университет путей сообщения

ИССЛЕДОВАНИЕ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ УСЛУГАМИ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ПАССАЖИРСКОГО ТРАНСПОРТА

Аннотация. Данная статья посвящена исследованию удовлетворенности и лояльности клиентов, использующих услуги АО Федеральная пассажирская компания (ФПК). Исследование основано на анализе открытых данных, размещенных на официальном сайте ФПК. Основной целью работы является комплексная оценка клиентского опыта с использованием ключевых показателей: индекса удовлетворенности клиентов (CSI) и индекса потребительской лояльности (NPS), извлеченных из отчетности ФПК. Проводится анализ деятельности компании в контексте влияния на удовлетворенность клиентов и выявление взаимосвязи между качеством предоставляемых услуг и уровнем лояльности пассажиров. На основе анализа полученных данных выделяются ключевые области, требующие совершенствования для повышения удовлетворенности и лояльности клиентов. Статья рассматривает основные пожелания пассажиров относительно перспектив развития железнодорожного транспорта. Особое внимание уделено анализу спектра услуг, которые, по мнению клиентов, способны существенно повысить уровень комфорта и удовлетворенности при пользовании железнодорожным транспортом в будущем, что, в свою очередь, позволит разработать эффективные стратегии привлечения клиентов для РЖД.

Ключевые слова: удовлетворенность клиентов, лояльность клиентов, качество обслуживания, опросы пассажиров, железнодорожный транспорт, оценка качества.

O.S. Shumilova¹, E.Y. Faleeva¹

¹ Irkutsk State Transport University

STUDY OF SATISFACTION WITH RAIL PASSENGER TRANSPORT SERVICES

Abstract. This article is devoted to the study of customer satisfaction and loyalty using the services of JSC Federal Passenger Company (FPC). The study is based on the analysis of open data posted on the official website of FPC. The main goal of the work is a comprehensive assessment of customer experience using key indicators: customer satisfaction index (CSI) and net promoter score (NPS), extracted from FPC reporting. An analysis of the company's activities is carried out in the context of the impact on customer satisfaction and the identification of the relationship between the quality of services provided and the level of passenger loyalty. Based on the analysis of the data obtained, key areas requiring improvement are identified to increase customer satisfaction and loyalty. The article considers the main wishes of passengers regarding the prospects for the development of rail transport. Particular attention is paid to the analysis of the range of services that, in the opinion of customers, can significantly increase the level of comfort and satisfaction when using rail transport in the future, which, in turn, will allow developing effective strategies for attracting customers for Russian Railways.

Keywords: customer satisfaction, customer loyalty, quality of service, passenger surveys, rail transport, quality assessment.

В условиях динамично развивающегося рынка транспортных услуг и возрастающей конкуренции, ключевым фактором, определяющим успех и устойчивость любой компании, становится удовлетворенность клиентов. Для ОАО «Российские железные дороги» (РЖД), играющего стратегическую роль в обеспечении транспортной доступности и экономической стабильности регионов, областей и страны в целом, эти факторы играют весьма значительную роль для развития [1]. Удовлетворенность клиентов, являясь комплексным и всеобъемлющим показателем, отражающим восприятие качества предоставляемых услуг РЖД и как в последствии оказывают непосредственное влияние на формирование удовлетворенности клиентов, их лояльности, стимулирование повторных покупок и готовность рекомендовать компанию в качестве надежного и предпочтительного партнера для дальнейшего пользования клиентами или рассмотрение компании как делового партнера [2]. Лояльность клиентов представляет собой очень ценный актив, обеспечивающий такие факторы как, стабильную

клиентскую базу, прогнозируемый доход экономистами и в целом, формирование положительного имиджа компании для поддержания уровня конкурентоспособности на рынке. В контексте РЖД, лояльные клиенты – это не только пассажиры, выбирающие железнодорожный транспорт для личных поездок, но и грузоотправители, доверяющие компании доставку своих товаров, а также партнеры, заинтересованные в долгосрочном и взаимовыгодном сотрудничестве, например инвесторы [3]. Настоящее исследование посвящено комплексному анализу удовлетворенности и лояльности клиентов РЖД. В рамках работы предполагается детальное рассмотрение теоретических основ оценки удовлетворенности и лояльности, особое внимание будет уделено анализу отчета АО «Федеральная пассажирская компания» (ФПК), применяемых для оценки удовлетворенности клиентов в сфере железнодорожного транспорта, а также выявлению их преимуществ и ограничений [4].

Оценка удовлетворенности и оценка лояльности являются ключевыми аспектами в области управления взаимоотношениями с клиентами и непосредственно самой компанией. Оценка удовлетворенности клиентов представляет собой процесс измерения степени, в которой продукты или услуги компании соответствуют ожиданиям потребителей, этот показатель позволяет организациям выявлять сильные и слабые стороны, а также определить области для дальнейшего улучшения тех факторов производства, которыми наименее удовлетворены клиенты [5-6]. Удовлетворенность клиентов часто оценивается с помощью анкетирования (в РЖД часто применяются онлайн-опросы), где респонденты отвечают на вопросы о качестве продукта или услуги и общем впечатлении от взаимодействия с компанией. Оценка лояльности клиентов в главном смысле — это готовность потребителей повторно приобретать товары или услуги, а также рекомендовать их другим, лояльные клиенты не только возвращаются за новыми покупками, но и становятся активными сторонниками бренда, что может существенно повысить его репутацию и увеличить долю рынка [7]. Методы оценки лояльности могут включать использование индекса, который измеряет вероятность того, что клиент порекомендует компанию своим знакомым [8-10]. Оценка удовлетворенности и оценка лояльности имеют разные акценты, но все же они взаимосвязаны: высокая удовлетворенность клиентов часто приводит к повышению уровня их лояльности и наоборот, то есть прямая зависимость от этих показателей. Высокая лояльность показывает, что клиент не только доволен, но и имеет связь с брендом, которая способствует покупкам и развитию компании. Для наглядности были проанализированы отчеты ФПК, в таблице 1 представлены показатели, анализируемые по удовлетворенности и лояльности клиентов за период 2020-2023 года [11].

Таблица 1 – Оценка удовлетворенности и лояльности пассажиров железнодорожного транспорта

Показатели	Период			
	2020 год	2021 год	2022 год	2023 год
CSI	4,39	4,42	87,6	89,6
Единица измерения	В баллах	В баллах	В процентах	В процентах
NPS	45	50	43	50
Единица измерения	В процентах	В процентах	В процентах	В процентах
Численность опрошенных	242 171	342 209	240 542	530 000

Таблица отражает динамику ключевых показателей, характеризующих восприятие клиентами компании за период с 2020 по 2023 год. Конкретно рассматриваются такие показатели как: индекс потребительской удовлетворенности (CSI), индекс потребительской лояльности (NPS) о которых упоминалось ранее [12]. Важно отметить, что методология измерения CSI была изменена течением времени: в 2020 и 2021 годах использовалась 5-балльная шкала, а в 2022 и 2023 годах – 100-балльная, это весьма важный аспект, чтобы точно оценить показатели и их влияние, так могут при интерпретации данных появиться трудности сопоставления показателей за разные периоды времени.

Для удобства сравнения, показатели CSI за 2020 и 2021 годы были пересчитаны в процентное выражение, что позволило сопоставить их с данными последующих периодов. В результате, CSI за 2020 год составил 87,8%, а за 2021 год – 88,4%, результаты данных оценок представлены визуально на рисунке 1.

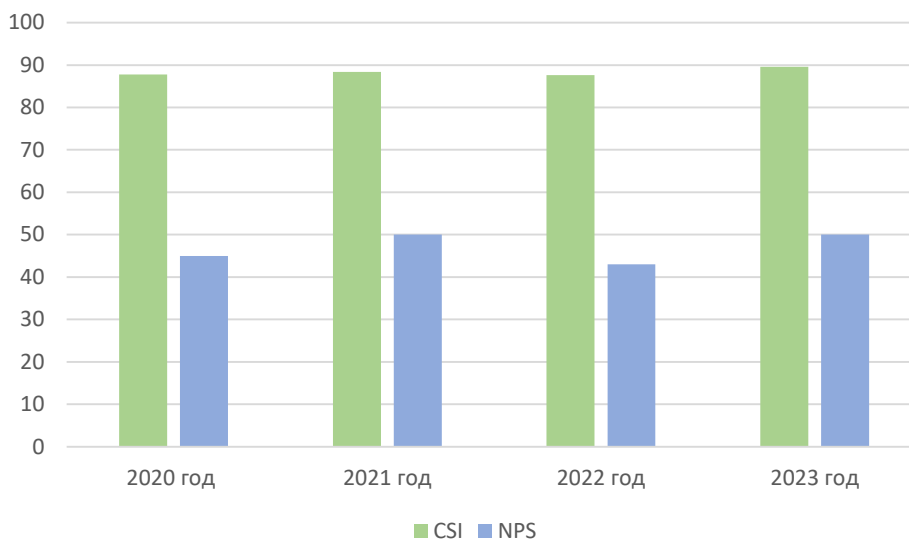


Рис.1. Результаты значений CSI и NPS за 2020-2023 год

Динамика CSI демонстрирует значительное увеличение значений в данный период, интерпретируя значения 2021 и 2020 года как под столбальную шкалу, также показывает положительную динамику и рост данного показателя, что может говорить о стабильном удовлетворении большинства опрошенных клиентов за весь период. Индекс потребительской лояльности (NPS) тоже демонстрирует относительную стабильность на протяжении всего рассматриваемого периода, варьируясь в пределах от 43 до 50, это весьма хороший результат, исследуя 4 года, этот показатель говорит на сколько люди доверяют компании РЖД и готовы вновь воспользоваться услугами и порекомендовать знакомым людям. Также значительно возросла численность респондентов, проводился онлайн-опрос на сайте АО ФП, особенно в 2023 году показана наибольшая тенденция и как итог показан наивысший результат вовлеченности клиентов в процессы оценки качества обслуживания.

Удовлетворенность и лояльность клиентов являются ключевыми факторами успеха любой компании, и РЖД не являются исключением. В рамках повышения качества обслуживания и улучшения клиентского опыта [13]. После проведения анализа отчетов ФПК, было выявлено необходимостью более глубокого понимания потребностей и ожиданий пассажиров на региональном уровне [14-15]. С целью выявления факторов, влияющих на удовлетворенность и лояльность клиентов РЖД, был проведен опрос среди жителей Иркутска, являющихся активными пользователями железнодорожного транспорта. Задачей опроса являлось определение уровня удовлетворенности предоставляемыми услугами, оценка лояльности к бренду РЖД, а также выявление пожеланий, которые могли бы повысить комфорт и улучшить клиентский опыт при пользовании железнодорожным транспортом. Результаты данного исследования позволят сформировать адресные рекомендации для улучшения качества обслуживания и повышения привлекательности РЖД для жителей Иркутска, был проведен онлайн-опрос, в котором участвовали 80 человек, данные активирования представлены на рисунка 2–5, все результаты указаны в процентах от общего количества респондентов.

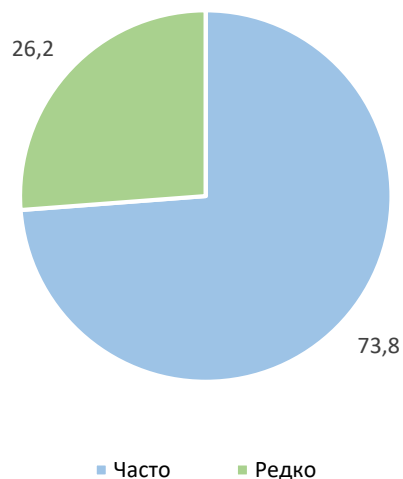


Рис.2. Результаты опроса о частоте пользования услугами ОАО «РЖД»

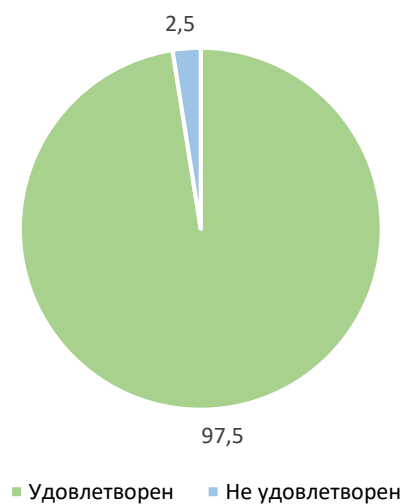


Рис.3. Ответы респондентов по удовлетворенности поездкой

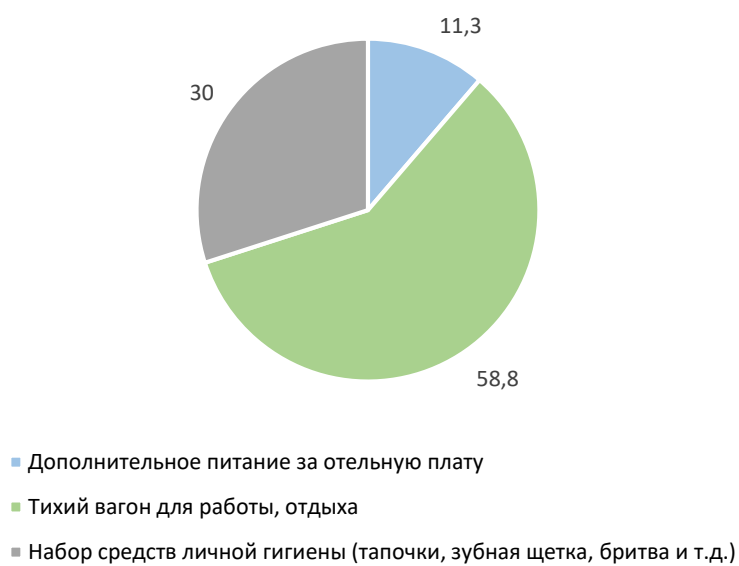


Рис.4. Наиболее приоритетный дополнительный фактор для опрошенных

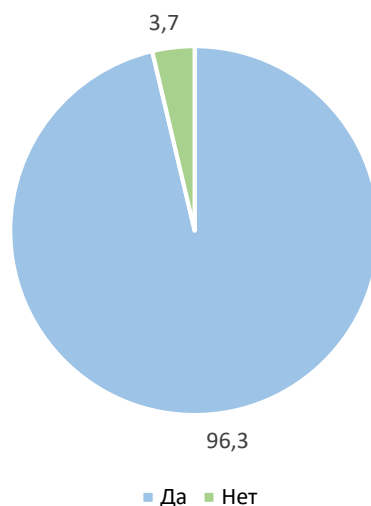


Рис.5. Результаты лояльности к услугам РЖД

На основе данных онлайн-опроса, можно сделать следующие выводы. Прежде всего, очевидно, что большинство респондентов 73.8% используют услуги РЖД достаточно часто, в то время как 23.8% пользуются ими редко, это говорит о том, что РЖД является востребованным видом транспорта для значительной части опрошенных. Подавляющее большинство респондентов 97.5% удовлетворены своей последней поездкой с РЖД, показывается высокий уровень качества предоставляемых услуг и относительно хороший опыт, который получают клиенты во время поездки. Наиболее приоритетным фактором, влияющим на удовлетворенность поездкой, для большинства опрошенных 58.8% является наличие тихого вагона для работы/отдыха, 30% респондентов отдали предпочтение обновлению средств личной гигиены, а наименьшее количество 11.3% отметили, что важность дополнительной покупки питания. Исследуя данную статистику, можно сделать вывод, что людям более комфортно ехать в тишине и во время поездки иметь набор личной гигиены в то время, как еда наименее значимый фактор для респондентов, возможно, это обусловлено, что большинство берут еду с собой и нет потребности. Подавляющее большинство респондентов 96.3% готовы рекомендовать услуги РЖД своим друзьям и знакомым, весьма сильным показателем лояльности клиентов и подтверждает данные из отчета ФПК, люди в целом довольны услугами РЖД. Результаты опроса показывают высокий уровень удовлетворенности и лояльности клиентов РЖД, пассажиры часто пользуются услугами компании и готовы рекомендовать их другим. Важным фактором повышения удовлетворенности является наличие тихого вагона для работы или отдыха, что следует учитывать при дальнейшем развитии сервиса.

В заключение, проведенное исследование позволило комплексно оценить удовлетворенность и лояльность клиентов РЖД, анализ отчетов ФПК и результаты регионального онлайн-опроса в Иркутске выявили высокий уровень удовлетворенности большинством предоставляемых услуг, как основанная тема статьи динамика CSI и NPS подтверждает стабильное удовлетворение клиентов и их готовность рекомендовать компанию. При этом, исследование указало на факторы, способствующие дальнейшему улучшению клиентского опыта, особенно важен запрос на тихие вагоны для работы и отдыха и можно рассматривать данный фактор как потенциальную идею для развития и большего удовлетворения потребителей. Успешная комбинация анализа общероссийских данных и региональных особенностей позволила сформулировать конкретные рекомендации для повышения качества обслуживания, учитывающие приоритеты и ожидания пассажиров в различных регионах. РЖД демонстрирует устойчивые показатели удовлетворенности и лояльности клиентов, что создает прочную основу для дальнейшего развития и повышения конкурентоспособности на рынке транспортных услуг, учет региональных особенностей и постоянное совершенствование функций, исполняемых РЖД, в том числе с учетом

выявленных пожеланий пассажиров, позволит укрепить позиции лидера отрасли и поддерживать высокий уровень доверия и лояльности клиентов в будущем.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Иванова, М. Б. Оценка уровня удовлетворенности клиентов транспортных компаний пассажирскими и грузовыми перевозками / М. Б. Иванова // Вестник евразийской науки. – 2023. – Т. 15, № 2.
2. Мехедов, М. И. Развитие системы оценки качества выполнения расписаний пассажирских и пригородных поездов: постановка вопроса / М. И. Мехедов, Е. А. Сотников, Е. А. Мехедова // Вестник Научно-исследовательского института железнодорожного транспорта. – 2022. – Т. 81, № 1. – С. 71-79.
3. Никитина, К. И. О качестве и безопасности обслуживания потребителей транспортных услуг на железнодорожных вокзалах, станциях и пассажирских платформах / К. И. Никитина // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Право. – 2022. – Т. 22, № 3. – С. 67-73.
4. Мазитова, А. Ю. Управление качеством продукции в цифровую эпоху: перспективы и тренды / А. Ю. Мазитова, Е. Ю. Фалеева // Менеджмент XXI века: взгляд в перспективу : материалы I Всероссийской (национальной) научно-практической конференции, Орёл, 11–12 апреля 2024 года. – Орёл: Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева, 2024. – С. 205-209.
5. Булохова, Т. А. Направления повышения клиентоориентированности АО "ФПК" / Т. А. Булохова, В. В. Леонтьева // Молодая наука Сибири. – 2022. – № 4(18). – С. 209-218.
6. Лыкова, Е. С. Анализ стратегии развития транспортного предприятия (на примере АО «ФПК») / Е. С. Лыкова, Ю. М. Липатова // Транспорт. Горизонты развития : Труды 3-го Международного научно-промышленного форума, Нижний Новгород, 14–16 июня 2023 года. – Нижний Новгород: Волжский государственный университет водного транспорта, 2023. – С. 131.
7. Вакуленко, С. П. Перспективы развития системы управления качеством на железнодорожном транспорте при внедрении интеллектуальных систем / С. П. Вакуленко, Е. В. Копылова, М. А. Туманов // Экономика железных дорог. – 2023. – № 5. – С. 64-73.
8. Чуверина, О. Г. Повышение конкурентоспособности пассажирского транспорта агломераций / О. Г. Чуверина // Экономика железных дорог. – 2022. – № 1. – С. 36-45.
9. Мазитова, А. Ю. Управление качеством продукции в цифровую эпоху: перспективы и тренды / А. Ю. Мазитова, Е. Ю. Фалеева // Менеджмент XXI века: взгляд в перспективу : материалы I Всероссийской (национальной) научно-практической конференции, Орёл, 11–12 апреля 2024 года. – Орёл: Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева, 2024. – С. 205-209.
10. Капелюк, З. А. Качество железнодорожных транспортных услуг как фактор социально-экономического развития страны / З. А. Капелюк, Я. В. Попова // Вестник НГИЭИ. – 2021. – № 6(121). – С. 58-67.
11. Люханова, С. В. Применение процессного подхода при оценке качества функционирования транспортно-логистических систем / С. В. Люханова // Маркетинг и логистика. – 2024. – № 1(51). – С. 40-51
12. Годовой отчет ОА «ФПК» 2023г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fpc.ru/ru/7034>
13. Янелис, А. В. Пассажирские железнодорожные перевозки с учетом показателей качества / А. В. Янелис // Актуальные вопросы современной экономики. – 2020. – № 1. – С. 230-235.
14. Оленцевич, В. А. Оценка удовлетворенности качеством услуг грузовых железнодорожных перевозок / В. А. Оленцевич, Н. В. Власова // Современные технологии и научно-технический прогресс. – 2021. – № 8. – С. 187-188.

15. Лыкова, Е. С. Анализ стратегии развития транспортного предприятия (на примере АО «ФПК») / Е. С. Лыкова, Ю. М. Липатова // Транспорт. Горизонты развития : Труды 3-го Международного научно-промышленного форума, Нижний Новгород, 14–16 июня 2023 года. – Нижний Новгород: Волжский государственный университет водного транспорта, 2023. – С. 131

REFERENCES

1. Ivanova, M. B. Assessment of the level of customer satisfaction of transport companies with passenger and cargo transportation / M. B. Ivanova // Bulletin of Eurasian Science. 2023. Vol. 15, No. 2.

2. Mehedov, M. I. Development of a quality assessment system for passenger and commuter train timetables: raising a question / M. I. Mehedov, E. A. Sotnikov, E. A. Mehedova // Bulletin of the Scientific Research Institute of Railway Transport. – 2022. – Vol. 81, No. 1. – pp. 71-79.

3. Nikitina, K. I. On the quality and safety of servicing consumers of transport services at railway stations, stations and passenger platforms / K. I. Nikitina // Bulletin of the South Ural State University. Series: Pravo. – 2022. – Vol. 22, No. 3. – pp. 67-73.

4. Mazitova, A. Y. Product quality management in the digital age: prospects and trends / A. Y. Mazitova, E. Y. Faleeva // Management of the XXI century: a look into the future : proceedings of the I All-Russian (national) Scientific and Practical Conference, Orel, April 11-12, 2024. Orel: I.S. Turgenev Oryol State University, 2024. pp. 205-209.

5. Bulokhova, T. A. Directions for increasing the customer orientation of JSC FPC / T. A. Bulokhova, V. V. Leontieva // Young Science of Siberia. – 2022. – № 4(18). – Pp. 209-218.

6. Lykova, E. S. Analysis of the development strategy of a transport enterprise (on the example of JSC "FPC") / E. S. Lykova, Yu. M. Lipatova // Transport. Horizons of Development : Proceedings of the 3rd International Scientific and Industrial Forum, Nizhny Novgorod, June 14-16, 2023. Nizhny Novgorod: Volga State University of Water Transport, 2023, pp. 131.7.

Vakulenko, S. P. Prospects for the development of a quality management system in railway transport with the introduction of intelligent systems / S. P. Vakulenko, E. V. Kopylova, M. A. Tumanov // Economics of railways. – 2023. – No. 5. – pp. 64-73.

8. Chuverina, O. G. Improving the competitiveness of passenger transport in agglomerations / O. G. Chuverina // Economics of railways. – 2022. – No. 1. – pp. 36-45.

9. Mazitova, A. Y. Product quality management in the digital age: prospects and trends / A. Y. Mazitova, E. Y. Faleeva // Management of the XXI century: a look into the future : proceedings of the I All-Russian (national) Scientific and Practical Conference, Orel, April 11-12, 2024. – Orel: I.S. Turgenev Orel State University, 2024, pp. 205-209.

10. Kapelyuk, Z. A. The quality of railway transport services as a factor of socio-economic development of the country / Z. A. Kapelyuk, Ya. V. Popova // Bulletin of the NGIEI. – 2021. – № 6(121). – Pp. 58-67.

11. Liukhanova, S. V. Application of the process approach in assessing the quality of functioning of transport and logistics systems / S. V. Liukhanova // Marketing and logistics. – 2024. – № 1(51). – Pp. 40-51

12. Annual report of OA "FPC" 2023. [electronic resource]. – Access mode: <https://fpc.ru/ru/7034>

13. Yanelis, A.V. Passenger rail transportation based on quality indicators / A.V. Yanelis // Current issues of modern economics. 2020. No. 1. pp. 230-235.

14. Olentsevich, V. A. Assessment of satisfaction with the quality of freight rail transportation services / V. A. Olentsevich, N. V. Vlasova // Modern technologies and scientific and technological progress. – 2021. – No. 8. – pp. 187-188.

15. Lykova, E. S. Analysis of the development strategy of a transport enterprise (on the example of JSC "FPC") / E. S. Lykova, Yu. M. Lipatova // Transport. Horizons of Development : Proceedings

of the 3rd International Scientific and Industrial Forum, Nizhny Novgorod, June 14-16, 2023. Nizhny Novgorod: Volga State University of Water Transport, 2023, p. 131

Информация об авторах

Шумилова Ольга Сергеевна - старший преподаватель кафедры «Управление качеством и инженерная графика» Иркутский государственный университет путей сообщения, г. Иркутск, e-mail: Shumilova_OS@irgups.ru

Фалеева Елена Юрьевна - студент 3 курса группа УК.1-22-1, Иркутский государственный университет путей сообщения, г. Иркутск, e-mail: [lena37881@gmail.com](mailto:lana37881@gmail.com)

Information about the authors

Shumilova Olga Sergeevna- Senior Lecturer, Department of Quality Management and Engineering Graphics, Irkutsk State Transport U, Irkutsk, e-mail: Shumilova_OS@irgups.ru

Faleeva Elena Yuryevna- 3rd year student, group UK.1-22-1, Irkutsk State Transport University, Irkutsk, e-mail: [lena37881@gmail.com](mailto:lana37881@gmail.com)