

Термін PSO запозичений з законодавчої бази Європейського Союзу. Визначається як зобов'язання, покладене на організацію законодавством або договором надання послуги, що становить загальносуспільний інтерес. Для населення ця модель PSO є механізмом покладання спеціальних зобов'язань, наприклад, з постачання електроенергії або транспортних послуг для потреб населення. Вона передбачає надання субсидій для постачальників універсальних послуг для населення [2].

На основі цієї моделі відбувається реформування транспортного сектору в частині громадського транспорту.

Це перш за все пов'язане з відповідністю та гармонізацією вітчизняного законодавства з європейськими директивами. Слід зазначити, що цей процес відбувається повільно.

Перехід на модель PSO надасть змогу будувати прозорі та справедливі договірні відносини з перевізниками, що здатне зробити транспортні послуги надійними. Також це дасть можливість залучити приватні капітальні інвестиції в транспортний сектор [2].

[1] Що таке спецобов'язки на ринку електричної енергії. URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/energetichne-pravo/shcho-take-specobovyazki-na-rinku-elektrichnoyi-energiyi.html>

[2]. Механізм PSO в Україні: як населення забезпечують доступною електроенергією? URL: https://www.gpee.com.ua/news_item/346

УДК 656:330

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ПОКРАЩЕННЯ ЯКОСТІ ЗАЛІЗНИЧНИХ ПАСАЖИРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ В УКРАЇНІ

INNOVATIVE APPROACHES TO IMPROVING THE QUALITY OF RAIL PASSENGER TRANSPORTATION IN UKRAINE

докт. екон. наук Т. Ю. Чаркіна, О.М. Ващенко
Український державний університет науки та технологій (м. Дніпро)

DSc (Econ.) T.Y. Charkina, O.M. Vashchenko
Ukrainian State University of Science and Technologies (Dnipro)

Останнім часом залізничний транспорт України демонструє сталу тенденцію до втрати своїх позицій щодо привабливості серед пасажирів та переорієнтацію останніх на інші види транспорту.

Головними причинами цього є критичний стан рухомого складу, низькі швидкості поїздів, необхідність модернізації та оновлення інфраструктури, потреби у підвищенні якості послуг, сервісу та комфорту

під час подорожі, а також загальної втрати інтересу до даного виду транспорту [1].

Загальновідомо, що ефективне функціонування будь-якого підприємства потребує існування «конкурентоспроможного продукту», що являє собою послуги або товари. Як відомо, основами конкурентоспроможності на залізничному транспорті є чотири складових фактори, серед яких якість послуг, що надаються пасажиром під час поїздки [2].

Показники якості пасажирських перевезень в залізничному транспорті:

1. Безумовна гарантована безпека. Першочергове значення при здійсненні процесу перевезення пасажирів. Останні мають бути абсолютно впевненими, що подорож буде безпечною та комфортною, із дотриманням необхідних умов.

2. Швидкість руху. Швидкість руху поїздів є одним із ключових факторів, який визначає якість послуг залізничного транспорту. Вона має значний вплив на рівень задоволеності пасажирів та їхній вибір транспортного засобу.

3. Дотримання діючого розкладу. Запорука довіри та задоволеності від пасажирів та економічна ефективність і конкурентоспроможність залізничних перевезень.

4. Комфорт та сервіс. Визначають якість залізничних послуг, у поєднанні вони створюють приємну атмосферу для пасажирів. Разом із тим, допомагають підвищити загальний рівень задоволення від подорожі залізничним транспортом, а саме, забезпечуючи якість сидінь, простір для ніг та загальний комфорт місць, підтримуючи необхідну температуру та показники вологості, забезпечуючи приємні умови під час подорожі.

Інвестиції в ці аспекти стратегічно важливі для підвищення якості залізничних послуг та привабливості потенційно нових пасажирів.

5. Сучасні цифрові технології. Надаючи нові можливості для оптимізації та покращення різних аспектів залізничних перевезень, їх використання сприяє зручному доступу до інформації про розклади, ціни, доступність, бронювання, купівлю квитків, користування Інтернетом під час подорожі та у місцях очікування поїздів тощо.

6. Наявність команди з висококваліфікованими кадрами, що забезпечують ввічливе та професійне обслуговування пасажирів, що підвищує рівень задоволеності клієнтів. Досвідчені працівники можуть швидко та ефективно вирішувати проблеми та запити пасажирів, мінімізуючи незручності під час подорожі.

Важливим аспектом є можливість отримання додаткового доходу за рахунок підвищення якості надаваних послуг на залізничному транспорті.

В результаті, якість послуг на залізничному транспорті є багатогранним фактором, що впливає на задоволення пасажирів,

ефективність операцій, конкурентоспроможність залізничних перевезень у порівнянні з іншими видами транспорту та, головне, можливість отримання додаткового доходу.

Розглянуті фактори, такі як швидкість руху поїздів, комфорт та сервіс, сучасні цифрові технології, наявність висококваліфікованих кадрів тощо відіграють ключову роль у забезпеченні високої якості надаваних послуг залізничним транспортом.

[1] В. В. Масан. Якість перевезень як ключовий чинник забезпечення конкурентоспроможності підприємств залізничного транспорту. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. № 81-82. 2023. С.186-193.

[2] Кириченко І. О., Кузьменко Н. М., Водолазський О. О. Якість транспортних послуг на різних видах транспорту. *Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля*. 2021. № 4 (268). С. 62-65

[3] Чаркіна Т. Ю., Ващенко О. М. Стратегічні напрями менеджменту пасажирських залізничних перевезень в Україні. *Ефективна економіка*. 2023. № 9. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.9.16>.

УДК 338.47

ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ЗМІНИ В МАРКЕТИНГОВОМУ УПРАВЛІННІ НА ТРАНСПОРТІ

TRANSFORMATIONAL CHANGES IN TRANSPORT MARKETING MANAGEMENT

докт. екон. наук Т. Ю. Чаркіна, С.С. Циганков
Український державний університет науки та технологій (м. Дніпро)

DSc (Econ.) T.Y. Charkina, S.S. Tsyhankov
Ukrainian State University of Science and Technologies (Dnipro)

Сучасна транспортна галузь стикається з численними викликами, які вимагають оновлення підходів до маркетингового управління за рахунок розвитку і переходу до ринкової економіки. Реальні економічні цінності починають відігравати свою провідну роль і замінюють цінності. Зміни в споживчих очікуваннях, посилення глобальної конкуренції, екологічні виклики та швидкий розвиток технологій змушують транспортні компанії переглядати свої маркетингові стратегії. Необхідність трансформацій у цій сфері зумовлена потребою адаптації до нових сучасних тенденції ринкових умов, впровадження інноваційних технологій та забезпечення стійкості бізнесу, через ці зміни компанії зможуть бути конкурентоспроможними, задовольняти вимоги клієнтів і сприяти сталому