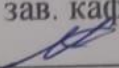


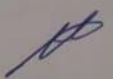
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет социальных наук
Кафедра философии и социологии
Направление подготовки 39.03.01 – Социология
Направленность (профиль) образовательной программы Социологические и
маркетинговые исследования

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
И.о. зав. кафедрой
 А.К. Леонов
« 24 » 06 2025 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Отношение пассажиров к услугам железнодорожных перевозок

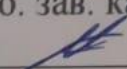
Исполнитель студент группы 163-об		20.06.2025	А.А Санникова
Руководитель доцент, канд. социол. наук		20.06.2025	А.К. Леонов
Нормоконтроль		20.06.2025	А.К. Леонов

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет социальных наук
Кафедра философии и социологии

УТВЕРЖДАЮ

И.о. зав. кафедрой

 А.К. Леонов
подпись И.О. Фамилия

«21» октября 2024 г.

ЗАДАНИЕ

К выпускной квалификационной работе студента Санниковой Анны
Андреевны

1. Тема выпускной квалификационной работы: Отношение пассажиров к услугам железнодорожных перевозок

(утверждено приказом от 02.10.2025 № 868-42)

2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта) 20.06.2025 г.

3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе: Учебная литература, периодические издания, интернет-ресурсы

4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке вопросов):

1 Теоретические основания социологического изучения отношения пассажиров к услугам железнодорожного транспорта

2 Отношение пассажиров к услугам российских железнодорожных перевозок

5. Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц графиков, схем, программных продуктов, иллюстрированного материала и т.п.) Инструментарий исследования

6. Консультанты по выпускной квалификационной работе (с указанием относящихся к ним разделов)

7. Дата выдачи задания 21.10.2024 г.

Руководитель выпускной квалификационной работы: Леонов Аркадий Константинович, канд. социол. наук, доцент
Фамилия, Имя, Отчество, ученая степень, ученое звание

Задание принял к исполнению (21.10.2024 г.):



(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 114 с., 19 таблиц, 49 рисунков, 4 приложения, 50 источников.

ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ, ПАССАЖИРСКИЕ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫЕ ПЕРЕВОЗКИ, ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫЙ ТРАНСПОРТ, ПАССАЖИРЫ, ПРЕДПОЧТЕНИЕ ПАССАЖИРОВ

Целью выпускной квалификационной работы является выявление отношения пассажиров к услугам российских железнодорожных перевозок, а также его факторы.

Объект исследования: услуги пассажирских железнодорожных перевозок.

Предмет исследования: Отношение пассажиров к услугам российских железнодорожных перевозок.

В процессе написания дипломной работы были использованы следующие методы: *теоретические* – анализ, синтез, индукция, дедукция, сравнение, обобщение; *эмпирические* – опрос в форме индивидуального анкетирования и анализ документов в форме контент-анализа.

Теоретическая значимость работы: систематизации социологических представлений о железнодорожных перевозках как социальном феномене и комплексной проблеме.

Практическая значимость работы: работа может быть использована при эмпирическом изучении отношения пассажиров к услугам железнодорожных перевозок, разработанная в рамках исследования программа может использоваться для повторных исследований, также результаты данного исследования могут быть использованы в целях преподавательской и учебной деятельности в высших учебных заведениях, занимающихся проблемами потребления в сфере железнодорожных перевозок. Материалы исследования могут быть востребованы для подготовки лекционных и практических занятий по общему курсу социологии потребления.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Теоретические основания социологического изучения отношения пассажиров к услугам железнодорожного транспорта	8
1.1 Пассажирские железнодорожные перевозки как объект общественного мнения	8
1.2 Предпочтения пассажиров железнодорожного транспорта и факторы, влияющие на предпочтения	11
1.3 Спрос и предложение на рынке пассажирских железнодорожных перевозок	13
2 Отношение пассажиров к услугам российских железнодорожных перевозок	23
2.1 Пассажиры железнодорожных перевозок как социальная общность	23
2.2 Особенности спроса на услуги пассажирских железнодорожных перевозок	25
2.3 Отзывы и жалобы пассажиров как источник оценок услуг пассажирских железнодорожных перевозок	62
Заключение	78
Библиографический список	81
Приложение А	87
Приложение Б	101
Приложение В	109
Приложение Г	115

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. Актуальность темы в том, что повышение требований пассажиров к сервису перевозок, а также усиление конкуренции железнодорожного транспорта с другими видами транспорта оказывают влияние на спрос в сегменте пассажирских железнодорожных перевозок. Надёжность и своевременность поездки являются основными критериями оценки качественного обслуживания пассажиров. Движение пассажиров по расписанию без нарушения регулярности создаёт условия гарантированной поездки населения во все времена.

Проблема исследования. Анализ источников показывает, что на данный момент недостаточно разработаны вопросы, касающиеся отношения пассажиров к железнодорожным перевозкам. Сведения об этом крайне разрозненны и скупы и не дают полноценной чёткой картины.

Степень изученности проблемы. В России данную тему изучал Московский экономический журнал. Исследованием занимался Вискребенцев И.С. он изучал спрос населения на пассажирские железнодорожные перевозки, факторы, влияющие на снижение и повышение спроса, предпочтения пассажиров железнодорожного транспорта. В статье описаны результаты исследования потребительских предпочтений при выборе железнодорожного перевозчика, в частности авторами уделено внимание на формирование клиент ориентированного пространства для пассажиров РЖД. Исследование было проведено среди жителей Нижнего Новгорода. Изучению подверглись такие категории как гендерная принадлежность потребителей, цели поездок и их частота, комфортность и дополнительные услуги, удовлетворенность работой проводников, класс вагонов и их санитарное состояние, важность соотношения «цена-качество». Появление на рынке новых малых игроков, стимулирует РЖД работать на повышение уровня оказываемых услуг и как показало исследование

компании это удастся, но есть еще над чем стоит поработать. Выводы статьи соответствуют проведенному исследованию.

В СССР также проводились социологические обследования пассажиропотоков, направленные на выявление мнений о качестве обслуживания и удобстве поездов дальнего следования. Наиболее известны работы А.В. Горелова, советского учёного, работавшего над проблемами качества обслуживания пассажиров на транспорте, и Л.А. Косова, который проводил масштабные исследования взаимодействия пассажиров с инфраструктурой железнодорожного транспорта, «Социальные аспекты функционирования железнодорожного транспорта», 1978.

Зарубежные исследования проводил Филип Котлер (Philip Kotler) — хотя Котлер более известен как маркетолог, его работы по маркетингу услуг и удовлетворенности клиентов (1960-1980-е гг.) оказали большое влияние на изучение отношения пассажиров к транспортным услугам, включая железнодорожные перевозки.

Объект выпускной квалификационной работы: услуги пассажирских железнодорожных перевозок.

Предмет выпускной квалификационной работы: отношение пассажиров к услугам российских железнодорожных перевозок.

Цель выпускной квалификационной работы – выявить отношение пассажиров к услугам российских железнодорожных перевозок, а также его факторы.

В связи с поставленной целью были определены следующие **задачи**:

1. Представить теоретические основания социологического изучения отношения пассажиров к услугам железнодорожных перевозок
2. Выявить особенности спроса на услуги пассажирских железнодорожных перевозок
3. Проанализировать отзывы и жалобы пассажиров как источник оценок услуг пассажирских железнодорожных перевозок

Гипотеза-основание: отношение пассажиров к железнодорожным перевозкам имеет в большей степени позитивную направленность

Эмпирической базой послужили результаты индивидуального анкетирования пассажиров в количестве 60 человек и контент-анализа в количестве 100 отзывов

В процессе написания дипломной работы были использованы следующие **методы:** теоретические – анализ, синтез, индукция, дедукция, сравнение, обобщение; эмпирические – опрос в форме индивидуального анкетирования и анализ документов в форме контент-анализа.

Теоретическая значимость работы состоит в систематизации социологических представлений об общественном мнении как социальном феномене, в частности об общественном мнении пассажиров о железнодорожных перевозках.

Практическая значимость работы – работы – разработанная программа социологического исследования может быть использована при изучении общественного мнения пассажиров о железнодорожных перевозках. Кроме того, полученные теоретические и эмпирические результаты могут быть использованы в преподавании учебных дисциплин «Социология общественного мнения», «Методология и методы социологического исследования» и «Социология потребления».

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИЗУЧЕНИЯ ОТНОШЕНИЯ ПассажиРОВ К УСЛУГАМ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА

1.1 Пассажирские железнодорожные перевозки как объект общественного мнения

Как объект общественного мнения, пассажирские железнодорожные перевозки вызывают различные эмоции и реакции у населения. Эта форма передвижения, сочетающая в себе комфорт и надёжность, бесспорно играет важное значение в повседневной жизни граждан. Благодаря сети железных дорог, миллионы людей имеют возможность путешествовать, соединяться со своими близкими, посещать другие города и страны, а также осуществлять рабочие поездки. Пассажирские железнодорожные перевозки оказывают влияние на уровень комфортности и безопасности пассажиров, а также на экологическую составляющую транспорта. Качество обслуживания, условия проезда, точность расписания, доступность и стоимость билетов – все эти аспекты железнодорожных перевозок обсуждаются и оцениваются общественностью. Отношение к ним формируется на основе предоставленных услуг и связанных с ними проблем. Железнодорожный транспорт обеспечивает экономию общественного времени в перевозках пассажиров, способствует развитию производительных сил общества, расширению межрегиональных связей, а также улучшению культурно-бытового обслуживания населения.¹

Спрос населения на пассажирские железнодорожные перевозки зависит от целого комплекса различных факторов – сезон года, время дня, регион и т.д. Все эти факторы диктуют перевозчику свои условия – периодичность движения подвижного состава, объёмы перевозок, схемы, состав поездов, комфортность, безопасность и т.д. Исходя из вышесказанного, можно утверждать, что сформировавшаяся система пассажирских железнодорожных

¹ Соколов А.П., Оксаниченко Н.Е. Роль и перспективы железнодорожного транспорта в экономике региона // Региональная и отраслевая экономика. 2022. №3.

перевозок имеет свои специфические особенности, которые предполагают необходимость постоянного изучения и анализа и при необходимости внесения коррективов в деятельность компании-перевозчика.²

Для организации и совершенствования пассажирских перевозок компания публичное акционерное общество «Российские железные дороги» (ОАО «РЖД») поставила перед собой ряд задач:

- 1) повышение качества транспортного обслуживания пассажиров;
- 2) удовлетворение спроса на пассажирские перевозки;
- 3) повышение финансовой устойчивости;
- 4) эффективное использование основных фондов.³

С одной стороны, пассажирские железнодорожные перевозки позволяют людям быстро и удобно перемещаться между населёнными пунктами, особенно на длительные расстояния. Они являются надёжным и безопасным средством передвижения, особенно в сравнении с автомобильным транспортом. С другой стороны, существуют проблемы, связанные с качеством обслуживания и условиями проезда. Многие пассажиры жалуются на перегруженность вагонов, поздние или отменённые рейсы, неудобные сиденья и отсутствие необходимых удобств. В то же время приходится признать, что социальная удовлетворённость потребителей при оказании услуг по перевозке железнодорожным транспортом складывается не только из оценки самой перевозки пассажира и (или) багажа, но и зависит от качества и безопасности транспортной инфраструктуры и её сервисов во время ожидания и прибытия подвижного состава.⁴ Ещё одним важным аспектом, попадающим в сферу общественного мнения, является комфорт и качество обслуживания. Пассажиры ожидают удобных сидений, чистоты в вагонах, доступности туалетов и других удобств для комфортного

² Выхребенцев И.С. Пассажирские перевозки на железнодорожном транспорте: совершенствование организации и управления // Московский экономический журнал. 2019. №12.

³ Заварская, Н. Ф., Железной дороге предлагают решить проблему убыточности пассажирских перевозок / Н. Ф. Заварская, И. В. Суханова. – М., 2009 г.

⁴ Никитина К.И. О качестве и безопасности обслуживания потребителей транспортных услуг на железнодорожных вокзалах, станциях и пассажирских платформах // Вестник ЮУрГУ. Серия: Право. 2022. №3.

путешествия. Возможность пользоваться интернетом, надёжная система кондиционирования и доброжелательное обслуживание также важны для большинства пассажиров.

Железные дороги – важнейший транспортный канал, связывающий территории России. Отношения отрасли с субъектами РФ формируются на принципах взаимовыгодных условий с учётом социально-экономических и географических особенностей территорий, а также взаимодействия с другими видами регионального транспорта.⁵

Особое внимание общественности также привлекает вопрос экологической устойчивости железнодорожных перевозок. Многие люди видят в них эффективное средство снижения загрязнения окружающей среды по сравнению с автомобильным и авиационным транспортом. Однако другие указывают на необходимость совершенствования технических решений и улучшения показателей эффективности в целях уменьшения негативного воздействия на окружающую среду. Хотя железнодорожный транспорт, точнее его подвижной состав, оказывает неблагоприятное воздействие на все звенья биосферы, но доля его влияния по сравнению с автомобильным транспортом существенно меньше, во-первых, потому что он один из самых экономичных по расходу топлива на единицу транспортной работы, и, во-вторых, из-за широкой электрификации железных дорог.⁶

Пассажирские железнодорожные перевозки являются важным объектом общественного мнения. Они вызывают дискуссии и оцениваются по различным параметрам, отражающим уровень сервиса, безопасности и экологической ответственности. Пассажирские железнодорожные компании должны учитывать мнение общественности, чтобы соответствовать потребностям и ожиданиям пассажиров и воздействовать на повышение уровня качества предоставляемых услуг.

⁵ Филина В. Н. Инвестиционная политика на железнодорожном транспорте в условиях реформирования отрасли // Проблемы прогнозирования. 2006. №3.

⁶ Колоев К.В., Потапова С.О. Экологические аспекты железнодорожного транспорта // Пожарная безопасность: проблемы и перспективы. 2018. №9.

1.2 Предпочтения пассажиров железнодорожного транспорта и факторы, влияющие на предпочтения

Потребность населения в перемещении связана с трудовой деятельностью, учебой, бизнесом, отдыхом, лечением, туризмом, социальной активностью и другими целями. Перемещение является одной из первоочередных потребностей жизнедеятельности человека. Потребности населения в перевозках определяются во времени и по направлениям движения поездов как в пригородном, так и в дальнем сообщениях. По результатам ежегодных выборочных обследований пассажиров на Московском железнодорожном узле, распределение пассажиропотоков по целям поездок в пригородных перевозках (зимний период в рабочие дни недели) показывает, что 76% пассажиров совершали свои поездки в учебно-трудовых и производственных целях, а 24% – с культурно-бытовыми и прочими целями. В дальнем сообщении 57% пассажиров совершали свои поездки с учебно-трудовыми целями, а 43% – с культурно-бытовыми и прочими целями. В летний период эти соотношения по целям поездок изменяются как в пригородном, так и в дальнем сообщениях в сторону увеличения числа поездок с рекреационными целями, в основу которых входят поездки на отдых, лечение и на дачу. В настоящее время ряд известных российских экономистов транспорта, в том числе ученые МИИТа В.Г. Галабурда и А.В. Орлов, со ссылкой на научные труды по экономике железнодорожного транспорта известного ученого второй половины XIX в. А.И. Чупрова, убедительно доказывают, что транспорт не производит вещественной продукции, а лишь оказывает услуги по ее продвижению в сфере обращения⁷.

Надежность и своевременность поездки являются основными критериями оценки качественного обслуживания пассажиров. Движение

⁷Ефимова Галина Николаевна Специфика и проблемы сервиса на железных дорогах // Современные проблемы сервиса и туризма. 2010. №1.

пассажиров по расписанию без нарушения регулярности создает условия гарантированной поездки населения во все времена.

Рельсовый пассажирский транспорт обладает очень важными преимуществами экономического и экологического характера и столь высокими показателями безопасности, что, без всякого сомнения, в России он сохранит свою конкурентоспособность не только в ближайшие 10–15 лет, но и в более далекой перспективе.

Основными факторами, влияющими на выбор вида транспорта для пассажирских перевозок, являются: цель поездки пассажира, продолжительность следования, стоимость поездки, удобство расписания, качество обслуживания на вокзалах и в пути следования, комфортабельность подвижного состава и безопасность перемещения.

В специализированной литературе, отражающей работу железнодорожного транспорта, можно найти интересные публикации опросов потенциальных пассажиров, которые показывают, что 40% респондентов отдают предпочтение железной дороге, авиаперевозкам – 28%, автомобильному транспорту – 13%, водному – 16%, иному – 6%. Результаты видны из следующей диаграммы.

При выборе вида транспорта потенциальные пассажиры определяющим фактором называют комфорт – 40%, затем стоимость проезда – 37% и надежность транспорта – 5%. Для 6% определяющим при выборе вида транспорта является возможность сэкономить время. Другими соображениями руководствуются 2% опрошенных⁸.

⁸Ефимова Галина Николаевна Специфика и проблемы сервиса на железных дорогах // Современные проблемы сервиса и туризма. 2010. №1.

1.3 Спрос и предложение на рынке пассажирских железнодорожных перевозок

Транспортную отрасль невозможно представить без пассажирских перевозок, которые направлены на удовлетворение потребности населения в перемещении. Отличие пассажирских перевозок от грузовых — в типе транспорта, который используется для оказания услуги. Для пассажирских перевозок используется транспортное средство, оборудованное для комфортного перемещения людей. Реализация трудовой потребности в поездках вызвана экономическими потребностями общества и направлена на их обеспечение. Данные поездки являются самыми распространенными и носят ежедневный характер. Миграционная потребность в поездках также связана с неравномерностью развития регионов и необходимостью смены места жительства для обеспечения занятости или роста благосостояния. Культурно-бытовые поездки осуществляются несколько раз в год. В первую очередь данные поездки связаны с необходимостью проведения отпуска, а также с посещением родных, проживающих в других населенных пунктах. К факторам, способствующим росту потребности населения в перемещениях, можно отнести: рост доходов населения, изменение экономического развития региональных территорий и городов, расширение и углубление уровня международного обмена и др.⁹

Рынок пассажирских железнодорожных перевозок в России – самый молодой. Его становление датируется 2003 годом. Именно в этот год было создано ОАО “Российские железные дороги” (ОАО “РЖД”). В последующие годы формирование рынка ж/д пассажирских перевозок сопровождалось разделением на рыночные сегменты по категориям (далее, пригородное, скоростное сообщение) и открытием доступа для появления частных владельцев и операторов подвижного состава. В целях формирования

⁹ Шкурина, Л. В. Экономическое управление пассажирским комплексом на железнодорожном транспорте / Л. В. Шкурина, Я. А. Поликарпов, Е. А. Маскаева. – Москва : Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Российский университет транспорта", 2023. – 177 с.

современных условий для роста эффективности перевозок в году ОАО «РЖД» выделило пассажирские перевозки дальнего сообщения в специализированную Федеральную пассажирскую Дирекцию (ФПД), с передачей ей имущества пассажирского комплекса дальнего следования (вагонов, ремонтных и эксплуатационных депо, а также персонала, занятого пассажирскими перевозками). В результате дальнейшего реформирования ФПД была преобразована в дочернее общество ОАО «РЖД» ОАО «Федеральная пассажирская компания», 100% акций которого принадлежит ОАО «РЖД». 2005 год ознаменовался значительным событием – на рынке пассажирских железнодорожных перевозок появилась компания, которая представила два частных поезда, состоящих из 13 вагонов класса гранд-делюкс “Гранд экспресс” по маршруту “Москва — Санкт-Петербург”. По комфортности вагон данного класса можно сравнить с гостиничным номером с двуспальной кроватью, подогреваемыми полами, ванной комнатой и др. Только через три года ОАО “РЖД” смогло предложить подобный сервис в составе лучших фирменных поездов. Прорывом в развитии рынка стало осуществление курсирования в 2009 году скоростных поездов “Сапсан” по маршрутам “Москва — Санкт-Петербург” и “Москва — Нижний Новгород”. В период подготовки к Олимпийским играм 2014 года в Сочи ОАО «РЖД» было принято решение о создании нового комфортабельного подвижного состава «Ласточка». В 2013 г. они начали курсировать между Санкт-Петербургом и Великим Новгородом.¹⁰

Сегодня «компания ОАО «РЖД» является крупнейшим системообразующим элементом российской экономики, важнейшим звеном транспортной системы страны, осуществляющим более 40% грузооборота и свыше 35% пассажирооборота транспорта общего пользования в России. За годы реформ с участием капитала ОАО «РЖД» было создано более 100 дочерних и зависимых обществ, среди которых ОАО “Федеральная

¹⁰ Полякова, Л. В. Современное состояние и тенденции развития пассажирских железнодорожных перевозок в России / Л. В. Полякова // Credo New. – 2013. – № 3. – С. 39.

пассажирская компания” (с 2010 г. – основной монополист в дальних пассажирских перевозках); ОАО «Федеральная грузовая компания» и др. Кроме того, ОАО «РЖД» владеет пакетами акций ряда транспортных компаний и морских портов.¹¹

Современный период реформирования железнодорожной отрасли в России характеризуется нарастанием противоречий в системе социально ориентированного развития регулируемого сектора пассажирского комплекса, разрешение которых требует выработки новых подходов и решений, обеспечивающих устойчивое и эффективное взаимодействие всех участников перевозочного процесса. Дальнейшее развитие конкуренции в регулируемом секторе пассажирских железнодорожных перевозок требует перехода к его социально ориентированной логистической организации, согласования интересов всех звеньев, совершенствования системы государственного регулирования и финансирования пассажирского сегмента.¹²

Маркетинг пассажирских перевозок - это технология управления, направленная на формирование позиций на рынке пассажирских перевозок компании путем эффективного использования ее ресурсов для наиболее полного удовлетворения транспортных потребностей населения с целью получения прибыли и повышения акционерной стоимости компании.¹³

Результат маркетинга пассажирских перевозок – это, прежде всего, принятие эффективных управленческих решений, позволяющих обеспечить привлечение к пользованию железнодорожным транспортом необходимого пассажиропотока за счет конкурентоспособной тарифной политики и предоставления населению творчески продуманных транспортных услуг требуемого объема и уровня качества, соответствующего развитию

¹¹ Полякова, Л. В. Современное состояние и тенденции развития пассажирских железнодорожных перевозок в России / Л. В. Полякова // Credo New. – 2013. – № 3. – С. 39.

¹² Кейванова Е.В. Социально ориентированная логистическая реконфигурация модели рынка железнодорожных пассажирских перевозок // Вестник РГЭУ РИНХ. 2019. №2 (66).

¹³ Экономика железнодорожного транспорта: вводный курс : учебник / Н. П. Терешина, В. А. Подсорин, Ю. И. Соколов [и др.] ; под редакцией Н. П. Терешинной, В. А. Подсорина. — 2-е изд. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 518 с.

современной экономики России. Современный маркетинг услуг, предоставляемых железной дорогой, включает в себя:

- а) анализ состояния и динамики потребительского спроса на рынке транспортных услуг;
- б) выявление и изучение постоянно расширяющихся потребительских предпочтений;
- в) оценку внешней среды и уровня конкуренции на транспортном рынке;
- г) определение емкости рынка транспортных пассажирских услуг и рыночной доли железнодорожного транспорта;
- д) проведение сегментации рынка, выявление существующих и перспективных сегментов рынка транспортных услуг, предоставляемых населению;
- е) мониторинг ценовой политики;
- ж) развитие рекламной деятельности и стимулирование спроса на пассажирские перевозки;
- з) разработку и продвижение новых транспортных услуг населению.¹⁴

На рынок услуг пассажирских перевозок влияют многие факторы, в том числе: внутренняя и внешняя среда, региональные и местные, культурно-образовательные, доходы населения и многие другие факторы. Население и его доходы окажут косвенное влияние на рынок услуг пассажирских перевозок. Увеличение численности населения и доходов еще больше увеличивает спрос на услуги пассажирских перевозок. Увеличение спроса приведет к формированию конкуренции между автомобильным, воздушным и железнодорожным транспортом. Основная задача маркетингового персонала предприятий железнодорожного транспорта — направить деятельность компании на потребности потребителей и поддержать их мерами маркетинговой коммуникации, направленными на удовлетворение

¹⁴ Голоскоков В.Н. Мотивационные модели пассажиров железнодорожного транспорта // КЭ. 2007. №9.

потребностей потребителей ценой, ассортиментом и качеством услуг, то есть на удовлетворение спроса потребителя более эффективным и удобным способом, чем у конкурентов.¹⁵

Для исследования спроса на рынке пассажирских железнодорожных перевозок зачастую используется метод трекингowych исследований. Их суть заключается в проведении последовательных исследований объекта через определенные промежутки времени с использованием одного и того же инструментария. При трекингowych исследованиях каждый раз формируется новая выборка респондентов. Тему проводимого маркетингового исследования можно обозначить как «Удовлетворенность пассажиров поездов дальнего следования качеством обслуживания». Временной лаг трекингowego исследования составляет шесть месяцев, при этом в течение трех месяцев проводится анкетирование пассажиров и собирается необходимая информация, а в течение последующих трех месяцев полученная информация анализируется, и на ее основе разрабатываются рекомендации для предприятия. Далее эта процедура повторяется. Такой подход позволяет постоянно проводить мониторинг отзывов потребителей и на основе разработанных рекомендаций постоянно улучшать качество своих услуг. При опросе изучается удовлетворенность пассажиров по следующим основным вопросам:

- техническое состояние вагонов;
- санитарное состояние вагонов;
- работа проводников;
- оценка услуг питания;
- работа разносной торговли;
- питание в вагоне-ресторане;
- простота приобретения билетов;
- уровень безопасности и сохранности вещей;

¹⁵ Ханкелдиева Г.Ш. Методы использования маркетинговых исследований в сфере железнодорожного и пассажирского транспорта // Бюллетень науки и практики. 2022. №5.

— расписание и продолжительность поездки.¹⁶

По данным четырёх волн опросов с апреля 2016 года по октябрь 2017 года, отмечается, с одной стороны, положительная динамика значений показателей удовлетворенности пассажиров качеством оказываемых услуг на ж/д транспорте (рост показателя по дальнему следованию – с 75,3 до 78,4 п., по пригородным направлениям – с 72,5 до 76,8 п.), с другой стороны – влияние сезонного фактора, при этом сезонность более выражена в оценках пользователей пригородных поездов (в весенние периоды показатели «проседают»). Для пассажиров дальнего следования основными критериями качества предоставления услуг являются стоимость, безопасность, комфорт при передвижении, техническое состояние подвижного состава. По пригородным поездкам наиболее важные параметры при оценке качества в целом сопоставимы с дальним следованием – цена, техническое состояние подвижного состава, безопасность, комфорт. Наиболее высокие оценки пассажиры как дальнего, так и пригородного сообщения выставляют удобству приобретения проездных билетов, а также показателями информированности (средние баллы – 4,65/4,60 и 4,56/4,55 соответственно). По большинству критериев качества услуг были получены довольно высокие показатели удовлетворенности (средний балл – выше 4 по 5-балльной шкале), за исключением – стоимости (3,33 по дальнему следованию, по пригородным поездкам – 3,67).¹⁷

Устойчивое превышение спроса на пассажирские перевозки над предложением транспортных услуг в летний период, наличие множества претензий и нареканий пассажиров в отношении уровня сервиса актуализируют необходимость проведения маркетинговых исследований пассажирских перевозок для повышения эффективности перевозочного процесса.¹⁸

¹⁶ Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 315 с.

¹⁷ Обслуживание пассажиров - <https://news.myseldon.com/ru/news/index/179234436>

¹⁸ Голоскоков В.Н. Мотивационные модели пассажиров железнодорожного транспорта // КЭ. 2007. №9.

Больше половины граждан России — 55% — путешествуют на поезде хотя бы раз в год. По данным Росстата, в 2023 году по железным дорогам проехало более 1,2 млрд пассажиров. Это на 5,4% больше, чем в 2022. Большинство людей совершают пригородные поездки — 1,08 млрд человек, 89,7% от общего числа. Количество пассажиров в пригородных поездах за 2023 год выросло на 4,7%. Перевозками дальнего следования воспользовались 124,2 млн человек — 10,3%. Это почти на 13% больше, чем в 2022 году. Такие перевозки включают в себя передвижение по России на расстояние свыше 150 км и международное сообщение. Чаще всего россияне пользуются железнодорожным транспортом летом и в начале осени. В эти же периоды пассажиры отправляются в самые дальние поездки. Из года в год август становится месяцем с максимальной загруженностью поездов. По данным Росстата, в августе 2023 года пассажирооборот превысил 17,3 млрд пассажиро-километров. Меньше всего ездят в начале года: в феврале 2023 пассажирооборот составил 7,8 млрд пассажиро-километров. С 2005 года пассажиропоток железнодорожного транспорта немного уменьшился — на 10%, если сравнивать с 2023. В 2009—2010 показатель снижался из-за последствий финансового кризиса, роста тарифов и реформы РЖД. Заметное падение зафиксировано в 2010 году — на 16,7%. А в 2020 пассажиропоток упал из-за ограничений на фоне пандемии COVID-19. Снижение составило 27,1%.¹⁹

В 2021-2023 гг в России средняя цена железнодорожных пассажирских перевозок дальнего сообщения увеличилась на 25%: с 1,94 до 2,42 тыс руб за поездку. По данным «Анализа рынка железнодорожных пассажирских перевозок в России», подготовленного BusinesStat в 2024 г, в 2021-2023 гг средняя цена железнодорожных пассажирских перевозок дальнего сообщения в стране увеличилась на 25%: с 1,94 до 2,42 тыс руб за поездку. Рост цен связан с расходами на аренду локомотивного и вагонного парка,

¹⁹ Железные дороги России - <https://journal.tinkoff.ru/railroad-stat/>

необходимостью ремонта и обновления подвижного состава, а также с увеличением средней дальности перевозок пассажиров.²⁰

Маркетинговые исследования предложения - это процесс сбора, анализа и интерпретации информации о предложении продукции или услуг на рынке с целью определения конкурентных преимуществ, выявления тенденций изменения предложения, анализа спроса на конкурентные продукты или услуги, разработки стратегий продвижения и улучшения предложения компании. Основная задача маркетинговых исследований предложения — исследовать, оценить и описать текущее состояние рынка, а также предсказать будущие тенденции, чтобы эффективно планировать маркетинговые стратегии и таким образом увеличить конкурентоспособность предприятия на рынке.²¹

Предложение означает возможность производителей и продавцов предоставить определенный товар за плату, которую покупатель способен внести. Предложение в сфере пассажирских железнодорожных перевозок означает определение нужды потребителей и предложение железнодорожными компаниями маршрутов передвижения для их удовлетворения.²²

В 2010 году был завершен последний этап структурной реформы на железнодорожном транспорте, целью которой было формирование и развитие конкурентного рынка. Заветная конкуренция на железной дороге так и не появилась. Стимулирование конкуренции на пассажирских железнодорожных перевозках оказалось более сложной задачей, чем первоначально предполагалось, в частности, из-за технологического характера железных дорог с его серьезными последствиями как для операционной деятельности, так и для финансирования. На сегодняшний

²⁰ Средняя цена железнодорожных пассажирских перевозок - <https://marketing.rbc.ru/articles/14693/>

²¹ Ващенко Е.Н. Методический подход к оценке удовлетворенности клиентов товарами и услугами коммерческого предприятия // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. №8.

²² Алиназарова М.А. Маркетинговое исследование спроса и предложения на региональном энергетическом рынке // Статистика и экономика. 2022. №3.

день в рамках демонополизации рынка грузовых и пассажирских перевозок создано несколько операторов железнодорожных перевозок.²³

Эффективные исследования предложения на рынке пассажирских железнодорожных перевозок включают в себя анализ следующих аспектов:

1. Количество поездов и маршрутов, доступных для пассажиров. Сюда входит оценка разнообразия маршрутов, типов поездов (скоростных, фирменных, пригородных, дальнего следования) и расписаний.

2. Уровень комфорта и качества предоставляемых услуг. Оценка предложения также включает в себя анализ комфортности поездов, наличие дополнительных услуг (вагон-ресторан, наличие Wi-Fi), а также общий уровень сервиса.

3. Цены на билеты и возможности для скидок и акций. К этому относится анализ цен на билеты, наличие специальных предложений, льгот и скидок для пассажиров.

4. Инновации и развитие отрасли. Исследование предложения также может помочь оценить наличие инноваций в отрасли, таких как использование новых технологий, улучшение инфраструктуры и современные подходы к управлению перевозками.

5. Эффективность маркетинговых стратегий. Оценка результатов текущих рекламных кампаний, акций и скидок, а также исследование их влияния на привлечение и удержание клиентов.²⁴

Результатом маркетинговых исследований предложения пассажирских железнодорожных перевозок является разработка новых транспортных продуктов и их реализация на основе принятия эффективных управленческих решений по маркетинговому комплексу, позволяющих обеспечить привлечение на железнодорожный транспорт максимального пассажиропотока за счет конкурентоспособной тарифной политики и

²³ Besedina, E. A. Konkurenciya Na rossiyskom passazhirskom zheleznodorozhnom transporte / E. A. Besedina, D. S. Frantseva // Транспорт. Экономика. Социальная сфера. – 2019. – стр. 12-15.

²⁴ Собянина, М. В. Результаты исследования спроса и предложения железнодорожных туров на Урале / М. В. Собянина // Социально-экономические исследования, гуманитарные науки и юриспруденция. – Новосибирск, 2017. – С. 18-24.

предоставления населению транспортных услуг требуемого объема и уровня качества.²⁵

Согласно исследованию Федеральной пассажирской компании ОАО «РЖД» предложения на рынке пассажирских железнодорожных перевозок по состоянию на 2020 год были сделаны следующие выводы:

Новый подвижной состав в пригородном сообщении начал курсировать на территории 21 субъекта Российской Федерации. На острове Сахалин весь подвижной состав полностью обновлен;

Запущено 20 новых маршрутов пригородного сообщения;

В рамках обновления парка пассажирского подвижного состава в 2020 году был приобретен 1 051 вагон;

Для повышения комфорта пассажиров разработана концепция нового плацкартного вагона;

Продолжилось развитие сети скоростного дальнего следования. Были запущены новые маршруты, осуществляемые комфортабельными электропоездами «Ласточка»;

В рамках программы развития вокзалов обновлено и отремонтировано 184 объекта;

В 25 вокзальных комплексах открыты новые отели Smart Hotel. На шести вокзалах открыты бизнес-залы нового формата, включенные в программу Priority Pass.²⁶

²⁵ Дунаева, С. О. Сегментирование рынка грузовых железнодорожных перевозок для формирования ценностного предложения в отношениях с грузоотправителями / С. О. Дунаева // Государственное управление. Электронный вестник. – 2019. – № 76. – С. 6-29.

²⁶ Пассажирские перевозки. Анализ операционных результатов - <https://ar2020.rzd.ru/ru/performance-overview/analysis-operating-results/passenger-transportation>

2 ОТНОШЕНИЕ ПАССАЖИРОВ К УСЛУГАМ РОССИЙСКИХ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ ПЕРЕВОЗОК

2.1 Пассажиры железнодорожных перевозок как социальная общность

Пассажир железнодорожного транспорта – пассажир – лицо, совершающее поездку в поезде по действительному проездному документу (билету) либо имеющее проездной документ (билет) и находящееся на территории железнодорожной станции, железнодорожного вокзала или пассажирской платформы непосредственно перед указанной поездкой или непосредственно после нее²⁷.

Группа социальная – совокупность людей, имеющих общий социальный признак и выполняющих общественно необходимую функцию в общей структуре общественного разделения труда и деятельности. Понятие группа социальная является родовым по отношению к понятиям «класс», «социальный слой», «коллектив», «нация», а также по отношению к понятиям этнической, территориальной, религиозной и др. общностям, т.к. фиксирует социальные различия, возникающие между отдельными совокупностями людей в процессе разделения труда и деятельности на основе отношения к средствам производства, масти, характера труда, профессии, образования, уровня и структуры доходов, пола, возраста, национальной принадлежности, места жительства, образа жизни и др. Социологи конца XIX – начала XX вв. (Э. Дюркгейм, Г. Тард, Г. Зиммель, Л. Гумплович, Ч. Кули, Ф. Тённис и др.) предпринимают первые попытки создания социологической теории групп в виде двух концепций, в которых проблема группы решалась или путем соотнесения групповых процессов с индивидуальным поведением, или признанием существования некой «мистической групповой связи», имеющей независимую «реальность саму по себе». Общегуманистический подход к обществу в современной социологии

²⁷Федеральный закон от 10.01.2003 № 18-ФЗ (редакция от 19.07.2011) "Устав железнодорожного транспорта Российской Федерации"

признает значимость всех социальных групп, поскольку различие в их положении приводит к разным интересам, согласование которых является основной целью социальной политики общества²⁸.

На улице, в транспорте, на работе – везде человек ощущает присутствие других людей, что нередко создает впечатление общности. И первый образ коллективности, сообщности, который предстает в нашем воображении, – это нередко образ совместности, «неодиночности» нашей повседневной жизни.

Однако общность не всегда есть признак коллективности, за ней нередко скрываются изолированность индивида, отсутствие его ориентации на другого, соучастия, сопереживания, глубокое одиночество. В этом случае речь идет о множествах, мнимой общности. Главный признак различных ее форм – отсутствие взаимных социальных действий, солидарной социальной связи при наличии совпадающих целей, интересов (примеры – очередь в магазине, пассажиры в автобусе и др.).

Агрегация – это объединение людей, пространственно находящихся в одном месте, иными словами, локализованное множество (пассажиры одного поезда, пешеходы на конкретной улице и т.д.). Каждый озабочен своими делами, хотя, казалось бы, есть внешний признак общности – совпадающие цели (скорее, совпадающее местоположение). Здесь уже есть некое ощущение «неодиночности», но это мнимая коллективность: есть единство местоположения, но нет взаимной направленности действий, солидарных отношений друг с другом. Однако они довольно легко могут возникнуть.

Например, если поезд попадает в аварию, то пассажиры могут начать самоорганизовываться, оказывать помощь друг другу, выдвигать лидеров, разделять функции' организация питания, налаживание связи с железнодорожной станцией и т.д. Пешеходы тоже могут легко вступить в определенные связи друг с другом, если произошел несчастный случай' кто-

²⁸ Зиновьева Т.В. Основные социологические термины: Учебное пособие. – Издво ЮУрГУ, 2006. – 66 с.

то берется вызвать милицию, скорую помощь, другие ему советуют, как это сделать, где найти телефон, и т.д. Еще несколько минут назад эти люди не знали, да и не хотели знать друг друга — но вот они вошли в социальный контакт, и мнимая коллективность внезапно переросла в коллективность подлинную, множество преобразовалось в общность, хотя и хрупкую²⁹.

2.2 Особенности спроса на услуги пассажирских железнодорожных перевозок

Общая характеристика исследования.

1. Объект исследования: пассажиры поезда, следующего по маршруту дальнего следования Тында-Кисловодск, следующие в вагонах типа плацкарт и купе, мужчины и женщины в возрасте от 18 лет.
2. Цель исследования: выявить особенности спроса на услуги пассажирских железнодорожных перевозок.
3. Исследование осуществлялось методом опроса в форме индивидуального анкетирования.
4. Методика опроса: индивидуальное анкетирование.
5. Метод отбора респондентов: стихийная - основной массив 50-70% (поскольку пассажиры поезда сменяют друг друга с некоторой периодичностью).
6. Полевой этап проводился 29 июня по 3 июля 2024 года. Всего опрошено 60 пассажиров.
7. Основой текстового содержания анкеты являются теоретические и практические знания в области методологии и методики социологических исследований, общей социологии, социологии маркетинга, социологии потребления и социологии транспорта.
8. Разбивка анкеты на 2 тематических блока: 1) вопросы, выявляющие особенности спроса на пассажирские железнодорожные перевозки; 2) социально-демографическая характеристика пассажиров.

²⁹Под общ. ред. проф. А.Г. Эфендиева. Общая социология: Учебное пособие Под общ. ред. проф. А.Г. Эфендиева. — М.: ИНФРА-М, 2000. — 654 с. — (Серия «Высшее образование»). 2000

Анализ и интерпретация данных.

Большинство респондентов совершают поездки в железнодорожном транспорте раз в год и реже (рис. 1). Это может быть связано с тем, что многие пассажиры совершают поездки во время ежегодного отпуска. 10% и более совершают поездки 2-3 раза в месяц или раз в полгода. Такая ситуация может быть связана с тем, что некоторые профессии, связанные с частыми командировками или работой вахтовым методом. Примерно 1 раз в месяц совершают поездки 7% опрошенных и столько же раз в 2-3 месяца. Это могут быть люди, работающие в сфере железнодорожных перевозок. Затруднились ответить 1% пассажиров.



Рисунок 1– Как часто Вы совершаете поездки на пассажирском железнодорожном транспорте³⁰

Пассажиры, совершающих поездки на железнодорожном транспорте раз в год, около 60% как в купейном вагоне, так и в плацкартном (табл. 1). Те, кто путешествует на железнодорожном транспорте раз в полгода, чаще совершают поездки пассажира плацкартного вагона. Такая ситуация может быть связана с тем, что такие респонденты совершают поездки во время

³⁰ Не был выбран вариант ответа «Примерно раз в неделю»

отпуска, путешествуя большими группами друзей или родственников. Пассажиры, совершающие поездки примерно один раз в месяц или 2-3 раза в месяц, чаще предпочитают купейные вагоны. Возможно, эти люди из-за большой загруженности и частых поездок выбирают купе, потому что там меньше людей и есть возможность отдохнуть или поработать.

Таблица 1 – Как часто Вы совершаете поездки на пассажирском железнодорожном транспорте (тип вагона)

	Тип вагона	
	Купе	Плацкарт
Примерно раз в неделю	0%	0%
2-3 раза в месяц	13%	7%
Примерно 1 раз в месяц	10%	3%
Раз в 2-3 месяца	6%	7%
Раз в полгода	10%	21%
Раз в год и реже	58%	62%
Затрудняюсь ответить	3%	0%

Среди пассажиров, совершающих поездки раз в год и реже, женщины составляют 67%, а мужчины 53% (табл. 2). Это может быть связано с тем, что железная дорога, как правило, воспринимается как более безопасный вид транспорта по сравнению с, например, самолетом или автомобилем. Женщины не редко путешествуют с детьми и выбирают наиболее безопасные варианты. Раз в полгода совершают поездки 20% мужчин. В то время как женщин, совершающих поездки в тот же временной промежуток в 2 раза меньше. 10% мужчин совершают поездки раз в 2-3 месяца. Раз в месяц или чаще мужчины и женщины совершают поездки в равном количестве 7-10%. Такая ситуация, возможно связана с тем, что такие пассажиры являются работниками железнодорожных станций и часто совершают поездки по работе. Говоря о частоте совершения поездок на железнодорожном транспорте, затруднились ответить 3% женщин, в то время как мужчины не затруднялись вовсе.

Таблица 2– Как часто Вы совершаете поездки на пассажирском железнодорожном транспорте (пол)

	Ваш пол	
	Мужской	Женский
Примерно раз в неделю	0%	0%
2-3 раза в месяц	10%	10%
Примерно 1 раз в месяц	7%	7%
Раз в 2-3 месяца	10%	3%
Раз в полгода	20%	10%
Раз в год и реже	53%	67%
Затрудняюсь ответить	0%	3%

Говоря о частоте совершения поездок на железнодорожном транспорте в зависимости от семейного положения, можно выделить следующие особенности (табл. 3). Все пассажиры, независимо от семейного положения совершают поездки раз в год и реже. Опрошенные, состоящие в зарегистрированном или не зарегистрированном браке склонны к частым поездкам на железнодорожном транспорте больше, чем те, кто не состоит в браке. Респонденты, не состоящие в браке, не совершают поездки чаще одного раза в 2-3 месяца. Незамужние/неженатые люди могут чаще путешествовать с другими целями, чем семейные пары, что может влиять на выбор транспортного средства. Например, для деловой поездки самолет может быть предпочтительнее из-за скорости.

Таблица 3– Как часто Вы совершаете поездки на пассажирском железнодорожном транспорте (семейное положение)

	Семейное положение		
	Да, зарегистрированный брак	Да, незарегистрированный брак	Нет, не состою в браке
Примерно раз в неделю	0%	0%	0%
2-3 раза в месяц	13%	19%	0%
Примерно 1 раз в месяц	13%	6%	0%
Раз в 2-3 месяца	4%	6%	10%
Раз в полгода	13%	13%	19%
Раз в год и реже	57%	56%	67%
Затрудняюсь ответить	0%	0%	5%

Более 40% опрошенных часто общаются со своими попутчиками и 13% общаются очень часто (рис. 2). Это может быть связано с тем, что в длительной поездке люди склонны к общению, так как проводят много времени вместе. Есть и те, кто общается с соседями редко (27%) и очень редко (12%). Причинами отказа от общения с соседями в вагоне могут быть: усталость, погруженность в свои дела, использование наушников и другие. Затруднились ответить 6% пассажиров. Возможно из-за того, что некоторые пассажиры обмениваются иногда дежурными фразами, но полноценной коммуникации не возникает и респонденты не считают такой обмен полноценным общением.

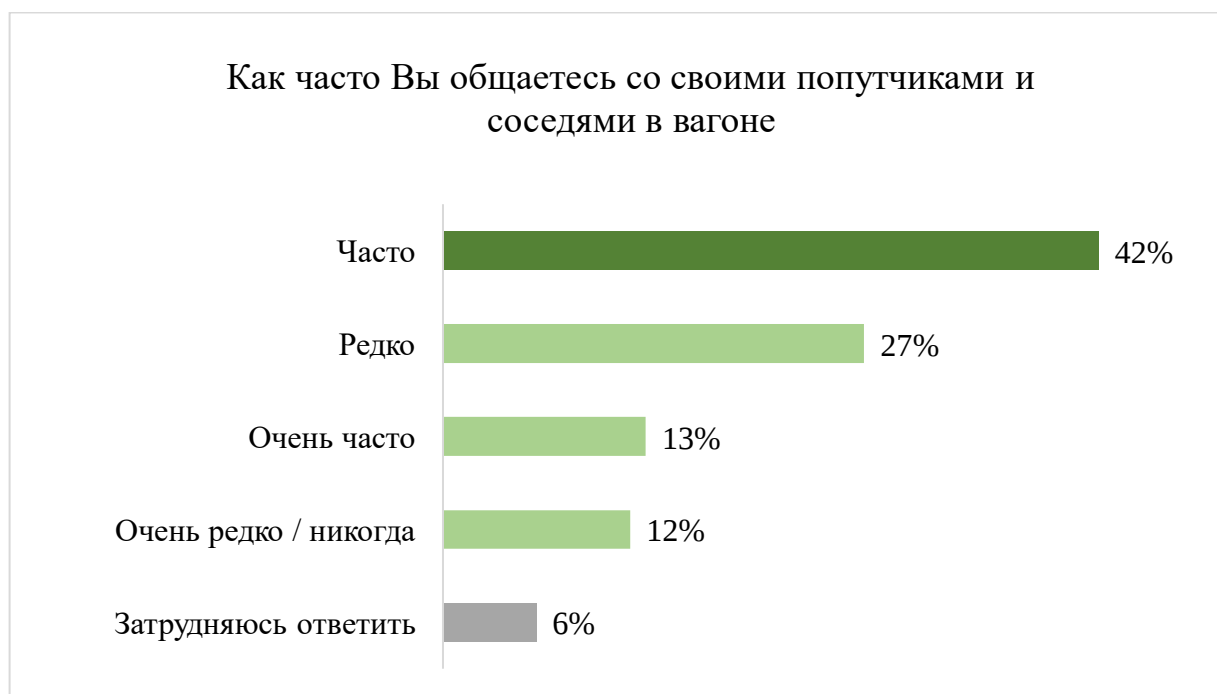


Рисунок 2 – Как часто Вы общаетесь со своими попутчиками и соседями в вагоне

Женщины больше склонны к общению с соседями в вагоне (табл.4). Мужчины же общаются с попутчиками реже и чаще затрудняются при ответе на вопрос. Это может быть связано с тем, что женщины более эмоционально открыты, чем мужчины.

Таблица 4– Как часто Вы общаетесь со своими попутчиками и соседями в вагоне (пол)

	Ваш пол	
	Мужской	Женский
Очень часто	10%	17%
Часто	37%	47%
Редко	33%	20%
Очень редко / никогда	10%	13%
Затрудняюсь ответить	10%	3%

Респонденты, состоящие в браке, общаются со своими попутчиками чаще, чем те, кто в браке не состоит (табл. 5). Это может быть связано с тем, что люди в браке чаще выбирают поездки в железнодорожном транспорте для путешествий с семьей. Не редко такие путешествия проходят с детьми и это становится поводом для общения с соседями. Не состоящие в браке пассажиры чаще могут путешествовать одни и могут быть более насторожено относиться к общению с незнакомыми. Те пассажиры, которые состоят в браке, больше затрудняются при ответе на этот вопрос. Возможно, чаще всего такие люди отправляются в поездки с семьей, и основная коммуникация происходит между членами семьи, и иногда могут встречаться редкие фразы в общении с попутчиками.

Таблица 5– Как часто Вы общаетесь со своими попутчиками и соседями в вагоне (семейное положение)

	Семейное положение		
	Да, зарегистрированный брак	Да, незарегистрированный брак	Нет, не состою в браке
Очень часто	9%	25%	10%
Часто	48%	38%	38%
Редко	30%	19%	29%
Очень редко / никогда	0%	13%	24%
Затрудняюсь ответить	13%	6%	0%

Большая часть опрошенных не испытывает дискомфорт из-за наличия соседей (рис. 3). Возможно потому, что многие пассажиры общаются со

своими попутчиками. Менее 15% респондентов испытывают дискомфорт из-за наличия соседей, что может быть вызвано чрезмерной активностью со стороны попутчиков или индивидуальными особенностями пассажира.



Рисунок 3– Наличие соседей доставляет Вам дискомфорт во время поездки

Респонденты плацкартных вагонов испытывают дискомфорт из-за наличия соседей меньше, чем пассажиры купейных вагонов (табл. 6). Возможно, покупая билеты в плацкартный вагон, пассажиры настраивают себя на большое количество посторонних людей рядом и переносят их присутствие легче. В то время как пассажиры купейных вагонов больше настроены на уединение и комфорт.

Таблица 6– Наличие соседей доставляет Вам дискомфорт во время поездки (тип вагона)

	Тип вагона	
	Купе	Плацкарт
Точно да	3%	0%
Скорее да	19%	3%
Скорее нет	58%	69%
Точно нет	13%	21%
Затрудняюсь ответить	6%	7%

Респонденты, не состоящие в браке, почти не испытывают дискомфорт из-за наличия соседей в вагоне, но больше других

затрудняются при ответе на вопрос (табл. 7). Это может быть связано с тем, что они меньше общаются с попутчиками и возможно, чаще увлечены гаджетами и меньше обращают внимание на соседей. Пассажиры в зарегистрированном браке без затруднений отвечают, что испытывают дискомфорт в меньшей степени. Вероятно, из-за того, что чаще путешествуют семьей и в ближайшем окружении оказываются члены семьи, на которых сфокусировано их внимание.

Таблица 7– Наличие соседей доставляет Вам дискомфорт во время поездки (семейное положение)

	Семейное положение		
	Да, зарегистрированный брак	Да, незарегистрированный брак	Нет, не состою в браке
Точно да	0%	6%	0%
Скорее да	13%	13%	10%
Скорее нет	78%	63%	48%
Точно нет	9%	13%	29%
Затрудняюсь ответить	0%	6%	14%

Большинство респондентов связывают поездку на железнодорожном транспорте с определенными приятными воспоминаниями из прошлого (рис. 4). Скорее всего, такие воспоминания связаны с детством, беззаботным временем и путешествиями с семьей, что чаще несет позитивный посыл. Для 15% опрошенных поездка не ассоциируется с приятными воспоминаниями из прошлого. Это может быть связано с тем, что некоторые поездки были не долгими или вовсе оставили неприятные воспоминания. Затруднились при ответе 10% респондентов. Возможно, эти пассажиры совершали поездки очень давно или не могут однозначно отнести прошлые поездки к позитивному или негативному опыту.



Рисунок4 – Связываете ли Вы поездку на железнодорожном транспорте с определенными приятными воспоминаниями из прошлого³¹

Почти все пассажиры купейного вагона связывают поездку с приятными воспоминаниями и лишь 10% скорее не связывают поездку с приятными воспоминаниями (табл. 8). Это может быть связано с тем, что такие люди часто совершают поездки по работе, не имея возможности полноценно насладиться поездкой, или имели негативный опыт в прошлом. Пассажиры плацкартного вагона чаще затрудняются при ответе на вопрос и чуть больше испытывают дискомфорт из-за наличия соседей. Причины может быть в том, что в плацкартном вагоне достаточно плотное расположение пассажиров, что создает чувство уязвимости.

Таблица 8– Связываете ли Вы поездку на железнодорожном транспорте с определенными приятными воспоминаниями из прошлого (тип вагона)

	Тип вагона	
	Купе	Плацкарт
Точно да	70%	30%
Скорее да	20%	40%
Скорее нет	10%	15%
Точно нет	0%	0%
Затрудняюсь ответить	0%	15%

³¹ Не был выбран вариант ответа «точно нет»

Женщины чаще мужчин связывают поездку с приятными воспоминаниями из прошлого (табл. 9). Возможно причина в том, что женщинам больше свойственно романтизировать поездку на железнодорожном транспорте. Мужчины же в меньшей степени связывают поездку с приятными воспоминаниями и чаще затрудняются при отчете на вопрос, возможно, потому что чаще осуществляют поездки по работе.

Таблица 9 – Связываете ли Вы поездку на железнодорожном транспорте с определенными приятными воспоминаниями из прошлого (пол)

	Ваш пол	
	Мужской	Женский
Точно да	24%	50%
Скорее да	46%	30%
Скорее нет	15%	12%
Точно нет	0%	0%
Затрудняюсь ответить	15%	8%

Почти все пассажиры в разной степени доверяют безопасности пассажирских железнодорожных перевозок (рис. 5). Причины может быть в том, что большая часть респондентов связывают поездку с приятными воспоминаниями и не сталкивались с ситуациями, после которых перестали бы доверять безопасности железнодорожного транспорта. Не доверяют 2% респондентов и затрудняются ответить 1% опрошенных.



Рисунок 5– Вы доверяете или не доверяете безопасности пассажирских железнодорожных перевозок

Пассажиры плацкартных вагонов доверяют безопасности пассажирских железнодорожных перевозок в большей степени, чем пассажиры купейных (табл. 10). Это можно связать с тем, что в плацкартных вагонах создаётся чувство коллективной безопасности из-за открытого пространства. Визуальный контроль над окружающим пространством даёт чувство большей безопасности. Присутствие множества свидетелей и возможность быстро получить помощь усиливает чувство защищённости.

Таблица 10– Вы доверяете или не доверяете безопасности пассажирских железнодорожных перевозок (тип вагона)

	Тип вагона	
	Купе	Плацкарт
Полностью доверяю	23%	62%
Скорее доверяю	77%	31%
Скорее не доверяю	0%	3%
Полностью не доверяю	0%	0%
Затрудняюсь ответить	0%	3%

40% опрошенных покупают билеты на поезд через интернет (рис. 6). Покупка через интернет является удобным способом покупки билетов и экономит время. В кассе вокзала покупают билеты 33% респондентов. Покупка билетов в кассе является привычным способом покупки билетов. Некоторые льготные билеты или билеты для железнодорожных работников можно приобрести только в кассе вокзала. В приложении покупают билеты лишь 20% пассажиров. Это может быть связано с тем, что скачивание мобильного приложения занимает дополнительное время и люди, совершающих поездки не часто, не видят смысла в установке специального приложения.



Рисунок6 – Как Вы чаще всего осуществляете покупку билетов на поезд

Респонденты с низким уровнем дохода чаще остальных покупают билеты в кассе вокзала (табл. 11). Это может быть связано с тем, что, имея низкий доход, у них может не быть стабильного выхода в интернет или вовсе отсутствовать мобильный телефон или другие гаджеты, с помощью которых они могли бы приобрести билет.

Таблица 11– Как Вы чаще всего осуществляете покупку билетов на поезд (уровень дохода)

	Уровень дохода		
	Высокий	Средний	Низкий
Через интернет	28%	53%	0%
В мобильном приложении РЖД	44%	6%	20%
В кассе вокзала	22%	32%	60%
Затрудняюсь ответить	6%	9%	20%

Половина респондентов оценивают уровень распространенности железнодорожного транспорта как высокий, 45% как средний и лишь 3% как низкий (рис. 7). Это может быть связано с тем, что железные дороги часто изображаются в фильмах, книгах и других СМИ, что усиливает впечатление их распространённости. Пассажиры, оценившие уровень распространенности как средний и низкий, возможно оценивали уровень распространенности в сравнении с автомобильным транспортом или авиаперелетами.



**Рисунок7 – Как Вы оцениваете уровень распространённости пассажирского
железнодорожного транспорта в нашей стране**

Наиболее предпочтительными видами транспорта оказались железнодорожный и воздушный виды транспорта (рис. 8). Автомобильный вид транспорта предпочтителен для 2% респондентов. Безусловно, по скорости передвижения воздушный транспорт имеет большие преимущества перед другими видами транспорта. Если говорить о сравнении железнодорожного транспорта и автомобильного, то главными преимуществами железнодорожного транспорта, особенно для длительных поездок является возможность двигаться, в то время как в автомобиле постоянно приходится находиться в положении сидя, а, чтобы выйти, приходится останавливаться, что увеличивает время поездки.



**Рисунок 8– Выберите в каждой паре тот вид транспорта, который для Вас
наиболее предпочтителен³²**

Наиболее предпочтительным видом транспорта для пассажиров

³² Не был выбран вариант ответа «водный транспорт»

является железнодорожный транспорт (рис. 9). Это может быть связано не только с тем, что к железнодорожному транспорту высокий уровень доверия и низкие цены на билеты, но и с тем, что само исследование проводилось в железнодорожном транспорте дальнего следования. Около 20% считают наиболее предпочтительным воздушный транспорт. Возможно, это связано с тем, что его главным преимуществом является скорость, но не многие считают этот вид транспорта безопасным и доступным. Автомобильный транспорт предпочтителен для 10% опрошенных. Возможно, эти пассажиры не часто путешествуют далеко или, если говорить о собственном автомобиле, нет привязки к определенному времени отправления, что говорит о возможности быстро подстроиться под обстоятельства. Водный транспорт наиболее предпочтителен для 3% пассажиров, возможно это связано с ценой билета. 6% испытали затруднения при ответе на вопрос, вероятно не сумев выделить один вид транспорта из представленных.



Рисунок9 – Сравнивая все виды транспорта, какой вид транспорта Вы предпочитаете использовать чаще всего для дальних поездок

Треть пассажиров купейных вагонов предпочитает использовать чаще для дальних поездок воздушный вид транспорта, тогда как пассажиры плацкартных вагонов не выбрали этот вариант ответа (табл. 12). Это можно связать с тем, что пассажиры плацкартных вагонов выбирают этот тип

вагона из-за его низкой себестоимости в целях экономии бюджета, а стоимость воздушного транспорта в разы выше, что может быть им попросту не по карману.

Таблица 12– Сравнивая все виды транспорта, какой вид транспорта Вы предпочитаете использовать чаще всего для дальних поездок (тип вагона)

	Тип купе	
	Купе	Плацкарт
Железнодорожный	55%	72%
Воздушный	35%	0%
Автомобильный	10%	10%
Водный	0%	7%
Затрудняюсь ответить	0%	10%

Говоря о изменениях в железнодорожном транспорте, больше половины респондентов указали уменьшение цен на билеты (рис. 10). Цена является одним из наиболее заметных и важных факторов при выборе транспорта, поэтому любые изменения цен привлекают больше внимания, чем другие, возможно, более существенные изменения. Ускорить передвижение предложили 35% опрошенных. Причины может быть в том, что главным конкурентом для железнодорожного транспорта является воздушный транспорт, который сильно превосходит по скорости передвижения. Около четверти респондентов высказались в пользу включения питания в стоимость билета. то воспринимается как улучшение качества обслуживания, что особенно важно для дальних поездок. 8% респондентов считают, что нужно сделать больше станций в отдаленных населенных пунктах. Жители отдаленных районов получают возможность пользоваться железнодорожным транспортом, что способствует развитию их региона. 17% пассажиров затруднились при ответе на вопрос. Возможно, не имея возможности или желания чаще пользоваться железнодорожным транспортом.



Рисунок 10— Что нужно изменить в железнодорожном транспорте, чтобы Вы стали чаще предпочитать железнодорожный транспорт другим видам транспорта при поездках на дальние расстояния³³

Большая часть пассажиров встречалась с рекламой железнодорожных перевозок (рис. 11). регулярная реклама помогает сделать бренд узнаваемым и закрепить его в сознании потенциальных клиентов. 18% респондентов не встречались с рекламой пассажирских железнодорожных перевозок. Рекламные кампании могут быть ориентированы на крупные города или популярные маршруты, оставляя без внимания другие регионы. В сельской или малонаселенной местности реклама может быть менее распространенной из-за меньшей плотности рекламных каналов.

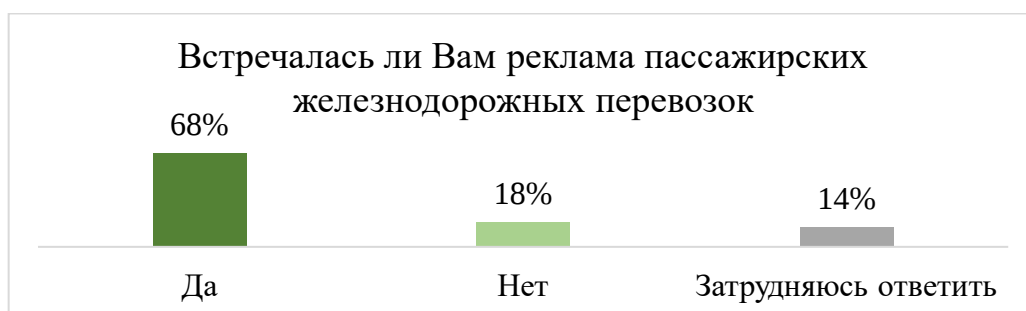


Рисунок 11 – Встречалась ли Вам реклама пассажирских железнодорожных перевозок

³³ Итоговый процент больше 100 так как респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Люди, состоящие в зарегистрированном браке чаще других, встречались с рекламой пассажирских железнодорожных перевозок (табл. 13). Можно связать с тем, что такие люди чаще могут планировать выезды куда-либо, в том числе семейные поездки, в которых важны комфорт для всех членов семьи, а также немаловажна стоимость, так как членов семьи несколько, и они выбирают среди разных видов транспорта наиболее подходящий, поэтому им может попадаться такая реклама на различных сайтах по подбору маршрутов и билетов.

Таблица 13– Встречалась ли Вам реклама пассажирских железнодорожных перевозок (семейное положение)

	Семейное положение		
	Да, зарегистрированный брак	Да, незарегистрированный брак	Нет, не состою в браке
Да	87%	50%	62%
Нет	9%	25%	24%
Затрудняюсь ответить	4%	25%	14%

Общее отношение к рекламе можно характеризовать как, в целом, положительное (рис. 12). Это может быть связано с тем, что реклама информирует о скидках, акциях и специальных тарифах, анонс новых направлений, дополнительных сервисов или улучшений. Около 10% пассажиров относятся к рекламе пассажирских железнодорожных перевозок отрицательно. Вероятно, из-за того, что любая реклама воспринимается как что-то надоедливое и в современном мире наблюдается переизбыток рекламных сообщений.



Рисунок 12– Как Вы относитесь к рекламе пассажирских железнодорожных перевозок³⁴

Говоря о наиболее характерных черт железнодорожного транспорта 76% пассажиров выделили безопасность (рис. 13). Высокий процент указывает на то, что безопасность является сильной стороной железнодорожного транспорта в глазах общественности. Более 30% опрошенных выделили комфорт, удобное расписание и экологичность как наиболее характерные черты пассажирского железнодорожного транспорта. Удобное расписание позволяет планировать поездки, комфорт повышает удовольствие от поездки, а экологичность важна для растущего числа пассажиров, осознающих влияние транспорта на окружающую среду. Дешевизна билетов является характерной чертой для 27% респондентов. Это может объясняться тем, что железнодорожный транспорт в ряде случаев не самый дешевый вариант по сравнению с другими видами транспорта, особенно на коротких дистанциях. Быстроту выделили всего 14% пассажиров. Это можно объяснить тем, что железнодорожный транспорт, за исключением высокоскоростных поездов, часто уступает по скорости другим видам транспорта. Затруднились при ответе на вопрос менее 10% пассажиров. Малое количество респондентов, затруднившихся с ответом, указывает на то, что большинство пассажиров имеют сформированное мнение о наиболее характерных чертах железнодорожного

³⁴ Итоговый процент больше 100 так как респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

транспорта.



Рисунок13 – Выберите наиболее характерные черты пассажирского железнодорожного транспорта³⁵

Говоря о цели поездок, больше 40% пассажиров указали варианты как: съездить на отдых и навестить родственников (рис. 14). Это может быть связано с относительным комфортом поездок на поезде, возможностью отдохнуть во время пути, а также с доступностью железнодорожной сети в разных регионах. 20% пассажиров чаще всего совершают поездки по работе. Это указывает на то, что железнодорожный транспорт является конкурентоспособным вариантом для деловых поездок, особенно на средних и длинных дистанциях. Навестить друзей отправляются на поезде 12% респондентов. Это может быть связано с тем, что поездки к друзьям часто совершаются на более короткие дистанции, где другие виды транспорта (автомобиль или автобус) могут быть более удобными или дешевыми. Затруднились при ответе 7% опрошенных.

³⁵ Итоговый процент больше 100 так как респонденты могли выбрать более одного варианта ответа



Рисунок 14— Чаще всего Вы совершаете поездки на пассажирском железнодорожном транспорте, чтобы³⁶

Более 40% респондентов считают, что цены на билеты на поезд средние и высокие (рис.15). Это может быть связано с несколькими факторами: высокими ценами на топливо, высокой себестоимостью эксплуатации железнодорожной инфраструктуры, а также с тем, что железнодорожный транспорт в ряде случаев не является самым дешевым вариантом по сравнению с другими видами транспорта, особенно на коротких дистанциях. Всего 3% указали, что цены низкие и 9% затрудняются ответить. Оценивающих цены как низкие, подтверждает, что для большинства пассажиров железнодорожный транспорт не является дешевым вариантом.

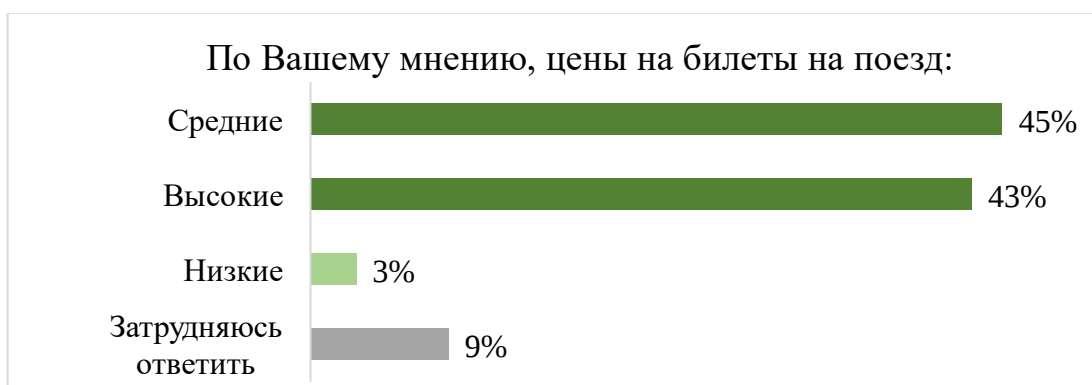


Рисунок 15— Чаще всего Вы совершаете поездки на пассажирском железнодорожном транспорте, чтобы

³⁶ Итоговый процент больше 100 так как респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Наличие специальных акций и скидок важно для большей части респондентов (рис. 16). Причиной может быть то, что пассажиры чувствительны к ценам, и возможность сэкономить деньги играет важную роль в принятии решения. Около четверти не считают наличие специальных скидок, акций или программ лояльности важным при выборе железнодорожного транспорта. Возможно, для определенной группы пассажиров другие факторы (комфорт, безопасность, удобство расписания) имеют большее значение, чем цена.



Рисунок 16– Для Вас важно наличие специальных акций, скидок или программ лояльности при выборе железнодорожного транспорта

Для женщин наиболее важно наличие специальных акций, скидок или программ лояльности при выборе железнодорожного транспорта, чем для мужчин (табл. 14). Женщины чаще планируют расходы заранее и стремятся минимизировать затраты на поездки, они охотнее изучают условия, сравнивают предложения, ищут промокоды и участвуют в программах лояльности. Участие в программах лояльности может вызывать положительные эмоции, женщины, как правило, более чувствительны к таким маркетинговым инструментам и чаще реагируют на них.

Таблица 14– Для Вас важно наличие специальных акций, скидок или программ лояльности при выборе железнодорожного транспорта (пол)

	Ваш пол	
	Мужской	Женский
Очень важно	34%	37%
Скорее важно	28%	43%
Скорее не важно	17%	17%
Совсем не важно	17%	3%
Затрудняюсь ответить	3%	0%

Говоря о специальных акциях, скидках и программах лояльности самыми известными стали: программа лояльности «РЖД Бонус» и скидки на билеты для школьников (рис. 17). Около четверти респондентов как самые известные указали льготные скидки. Скидки по промокодам указали 14% респондентов. 10% указали невозвратный тариф и 2% скидочную карту. Это говорит о том, что эти программы наиболее эффективны и хорошо донесены до пассажиров. Относительно низкая осведомленность о других программах (промокоды, невозвратные тарифы, скидочные карты) указывает на необходимость улучшения маркетинговой стратегии и информирования пассажиров о доступных вариантах. Затруднились при ответе 21% опрошенных. Это может быть из-за недостаточной информированности или недостаточной рекламы.



Рисунок17 – Какие специальные акции, скидки и программы лояльности, предоставляемые при покупке услуг пассажирских железнодорожных перевозок, известны Вам

Говоря о скидках, акциях и программах лояльности, около 30% пассажиров указали, что пользовались скидками для школьников (рис. 18). Это свидетельствует о том, что подобные тарифные программы привлекают значительную часть пассажиров, и их целесообразно продолжать и расширять. Льготными скидками пользовались 17% респондентов. Это подтверждает необходимость сохранения и развития льготного проезда для социально незащищенных групп населения. 14% использовали программу лояльности «РЖД Бонусы». Это может быть связано с тем, что система накопления и использования бонусов может быть недостаточно удобной для пассажиров. Невозвратным тарифом пользовались 7% пассажиров. Возможно, пассажиры опасаются непредвиденных обстоятельств, которые могут потребовать изменения планов поездки. Более 40% затруднились при ответе на вопрос о использовании акций, скидок и программ лояльности. Это очень высокий показатель, указывает на серьезные проблемы: недостаточная информированность, неэффективная маркетинговая стратегия или сложность программ.

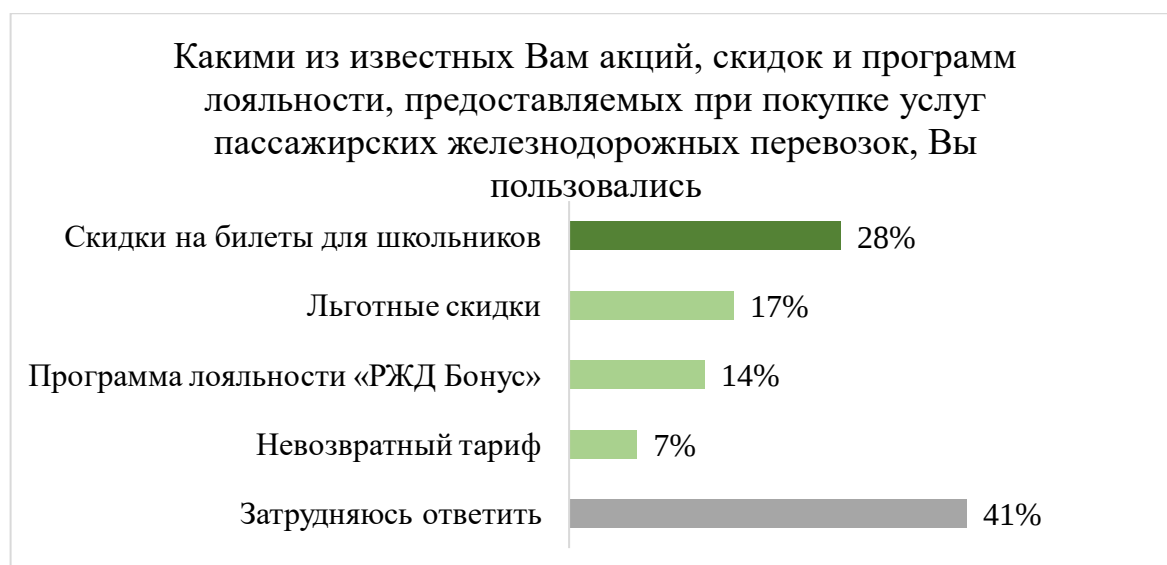


Рисунок 18– Какими из известных Вам акций, скидок и программ лояльности, предоставляемых при покупке услуг пассажирских железнодорожных перевозок, Вы пользовались³⁷

Главными положительными чертами железнодорожного транспорта по мнению более 50% пассажиров являются удобство, комфорт и безопасность (рис. 19). Высокий показатель этих трех факторов указывает на то, что железнодорожная компания работает в правильном направлении, по крайней мере, в этих областях. Чуть меньше 40% респондентов указали дешевизну и доступность билетов, приветливый и дружелюбный персонал является наиболее значимыми положительными сторонами железнодорожного транспорта. Этот фактор, имеющий такой же вес, как и дешевизна, подчеркивает важность человеческого фактора. Вежливый и отзывчивый персонал создает положительное впечатление и повышает лояльность пассажиров. Экологичность отметили 22% опрошенных и быстроту поездок 10%. Это может быть связано с тем, что данный аспект не является основным критерием при выборе транспорта для большинства пассажиров. Поезда, как правило, медленнее, чем самолеты или автомобили. 8% опрошенных затруднились при ответе на этот вопрос.

³⁷ Итоговый процент больше 100 так как респонденты могли выбрать более одного варианта ответа



Рисунок19 – Какие из положительных сторон пассажирского железнодорожного транспорта кажутся Вам наиболее значимыми³⁸

Большая часть респондентов затруднилась при ответе на вопрос (рис.20). Это самый тревожный сигнал, возможно, Пассажиры не задумывались о недостатках, или они настолько привыкли к ним, что не выделяют их явно. доминирование "тесноты" как главного недостатка говорит о проблемах с вместимостью вагонов, плотной рассадкой и недостаточным личным пространством. Это делает поездки утомительными и некомфортными. Около четверти пассажиров считают, что главным минусом является отсутствие комфорта, грязь, духота. Это указывает на необходимость улучшения уборки, вентиляции и общего санитарного состояния вагонов. Около 15% респондентов считают неудобное расписание и изношенные старые кресла/спальные места. Это сигнализирует о необходимости оптимизации расписания и замене старых вагонов. Некорректное поведение персонала и отмену маршрутов отметили меньше всего пассажиров. Возможно, с этими проблемами сталкивается меньшее число людей, или они считают их менее значимыми по сравнению с другими недостатками.

³⁸ Итоговый процент больше 100 так как респонденты могли выбрать более одного варианта ответа



Рисунок20 – Какие из отрицательных сторон пассажирского железнодорожного транспорта кажутся Вам наиболее значимыми³⁹

Отсутствие комфорта, грязь, духота: Небольшое преобладание в купе может показаться парадоксальным, ведь обычно купе позиционируется как более комфортный класс. Это может означать, что ожидания от купе выше, и поэтому даже незначительные недостатки воспринимаются более остро. Более высокий процент в плацкарте вполне ожидаем. Плацкарт в силу своей конструкции предполагает меньшее личное пространство и более плотное размещение пассажиров. Изношенные, старые кресла / спальные места: Преобладание в купе - интересный факт. Возможно, в плацкарте люди менее требовательны к качеству мебели из-за более низкой цены билета и готовы мириться с изношенностью. Затрудняюсь ответить: Значительно более высокий процент в плацкарте (16% купе, 23% плацкарт) требует особого внимания. Это может указывать на меньшую заинтересованность в улучшении сервиса со стороны пассажиров плацкарта из-за более низкой цены билет.

³⁹Итоговый процент больше 100 так как респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Таблица 15– Какие из отрицательных сторон пассажирского железнодорожного транспорта кажутся Вам наиболее значимыми (тип вагона)

	Купе	Плацкарт
Неудобное расписание	7%	9%
Отсутствие комфорта, грязь, духота	13%	11%
Теснота	20%	14%
Изношенные, старые кресла / спальные места	9%	5%
Некорректное поведение персонала	4%	2%
Отмена маршрутов	2%	0%
Затрудняюсь ответить	16%	23%

Мужчины чаще отмечают тесноту. Это может объясняться тем, что мужчины, в среднем, имеют большее телосложение и, следовательно, более остро ощущают нехватку пространства. Изношенные, старые кресла / спальные места: Женщины значительно чаще отмечают эту проблему. Это может быть связано с тем, что женщины в целом более чувствительны к тактильным ощущениям и неудобствам, связанным с изношенными креслами. Либо женщины, как правило, более аккуратны и обращают внимание на такие мелочи. Затрудняюсь ответить: Процент примерно одинаков (18% мужчины, 21% женщины), но он все еще достаточно высок. Это может указывать на то, что как мужчины, так и женщины в плацкарте не всегда четко осознают свои потребности и ожидания от поездки, либо им сложно сформулировать свои претензии.

Таблица 16– Какие из отрицательных сторон пассажирского железнодорожного транспорта кажутся Вам наиболее значимыми (пол)

	Мужской	Женский
Неудобное расписание	9%	7%
Отсутствие комфорта, грязь, духота	11%	13%
Теснота	21%	13%
Изношенные, старые кресла / спальные места	2%	13%
Некорректное поведение персонала	4%	2%
Отмена маршрутов	2%	0%
Затрудняюсь ответить	18%	21%

Уютной и приятной считают поездку около 90% респондентов (рис. 21). Лишь около 10% не считают поездку на поезде приятной и уютной или затрудняются ответить. Это может говорить о том, что общее впечатление о железнодорожном транспорте в глазах пассажиров положительное. Вероятно, у многих из них есть положительный опыт, влияющих на их мнение.

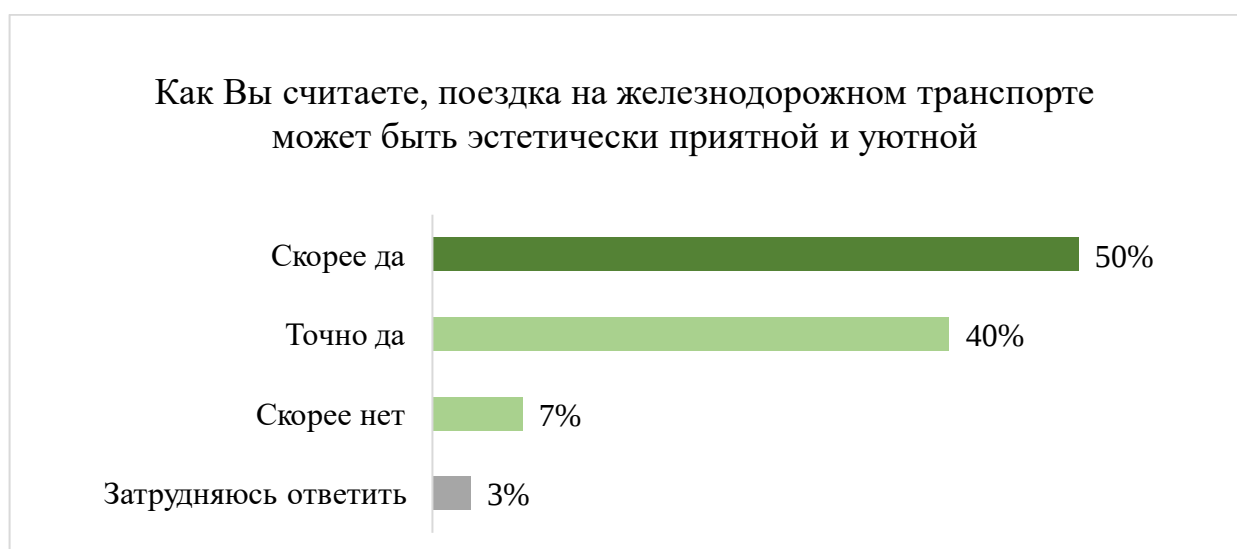


Рисунок 21– Как Вы считаете, поездка на железнодорожном транспорте может быть эстетически приятной и уютной

Почти все пассажиры без затруднений удовлетворены условиями

передвижения на пассажирском железнодорожном транспорте (рис. 22). Это отличные показатели, говорящие о том, что железнодорожная компания работает в правильном направлении.

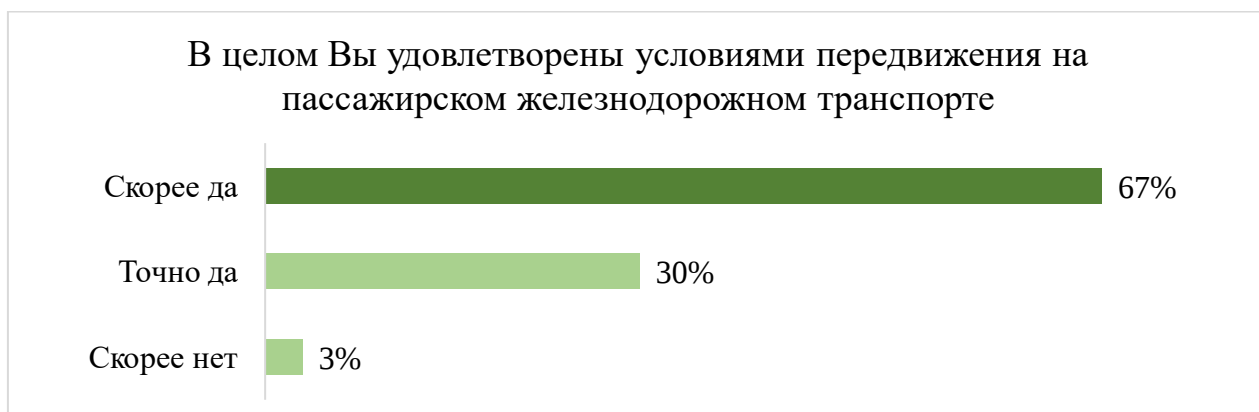


Рисунок 22– В целом Вы удовлетворены условиями передвижения на пассажирском железнодорожном транспорте⁴⁰

90% пассажиров удовлетворены качеством обслуживания и лишь 5% скорее не удовлетворены и столько же затруднились при ответе на этот вопрос (рис. 23). Это очень позитивный показатель, говорящий о том, что железнодорожная компания эффективно справляется со своими задачами по обеспечению комфорта и безопасности пассажиров.



Рисунок 23– В целом Вы удовлетворены качеством обслуживания на пассажирском железнодорожном транспорте⁴¹

Условия передвижения на пассажирском железнодорожном транспорте оценены на отлично по таким критериям как: температура

⁴⁰ Не были выбраны варианты ответов «точно нет» и «затрудняюсь ответить»

⁴¹ Не был выбран вариант ответа «точно нет»

воздуха в вагоне, освещение, сидячие/спальные места, постельное белье (при наличии) (рис. 24). На «хорошо» оценили хранение багажа и туалет. Это говорит о том, что железнодорожная компания, в целом прекрасно справляется с требованиями клиентов по некоторым критериям, но есть над чем работать. Состояние туалетов и хранение багажа, немало важные критерии железнодорожного транспорта, которые стоит доработать для улучшения общей удовлетворенности пассажиров.

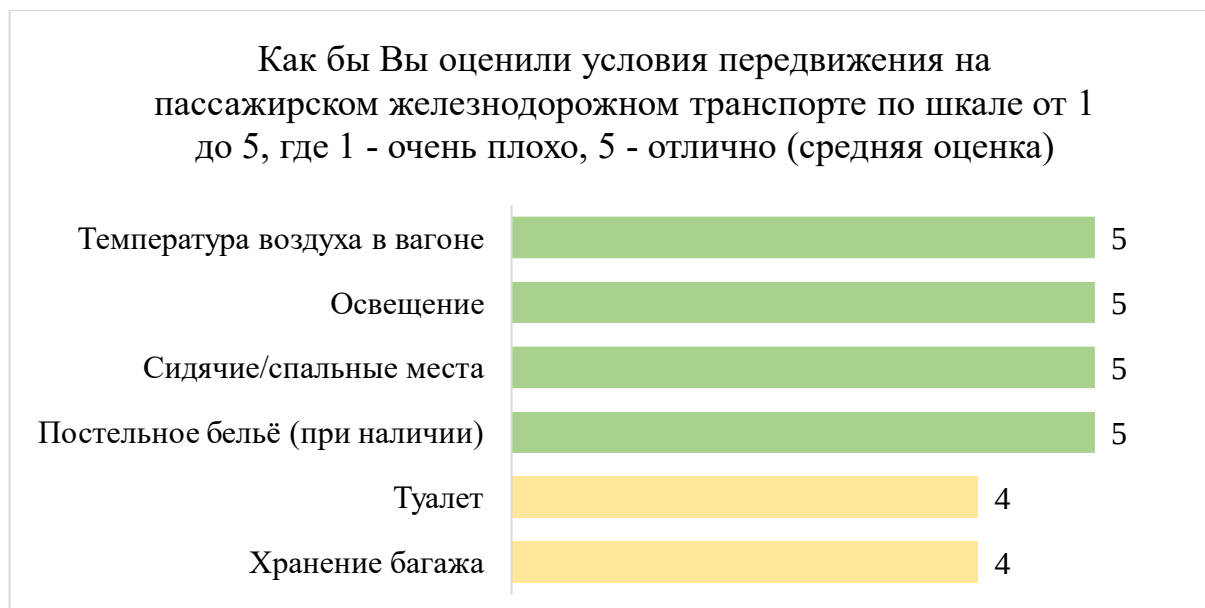


Рисунок24 – Как бы Вы оценили условия передвижения на пассажирском железнодорожном транспорте по шкале от 1 до 5, где 1 - очень плохо, 5 - отлично (средняя оценка)

Качество обслуживания оценено пассажирами железнодорожного транспорта на отлично по всем критериям, а именно: доступность медицинской помощи, покупка дополнительных услуг во время поездки, информация о возможных задержках, информация о маршрутах и расписании, поведение персонала, система регистрации и посадка пассажиров(рис. 25). Такие показатели могут говорить о хорошей работе железнодорожной компании, направленной на качество обслуживания.

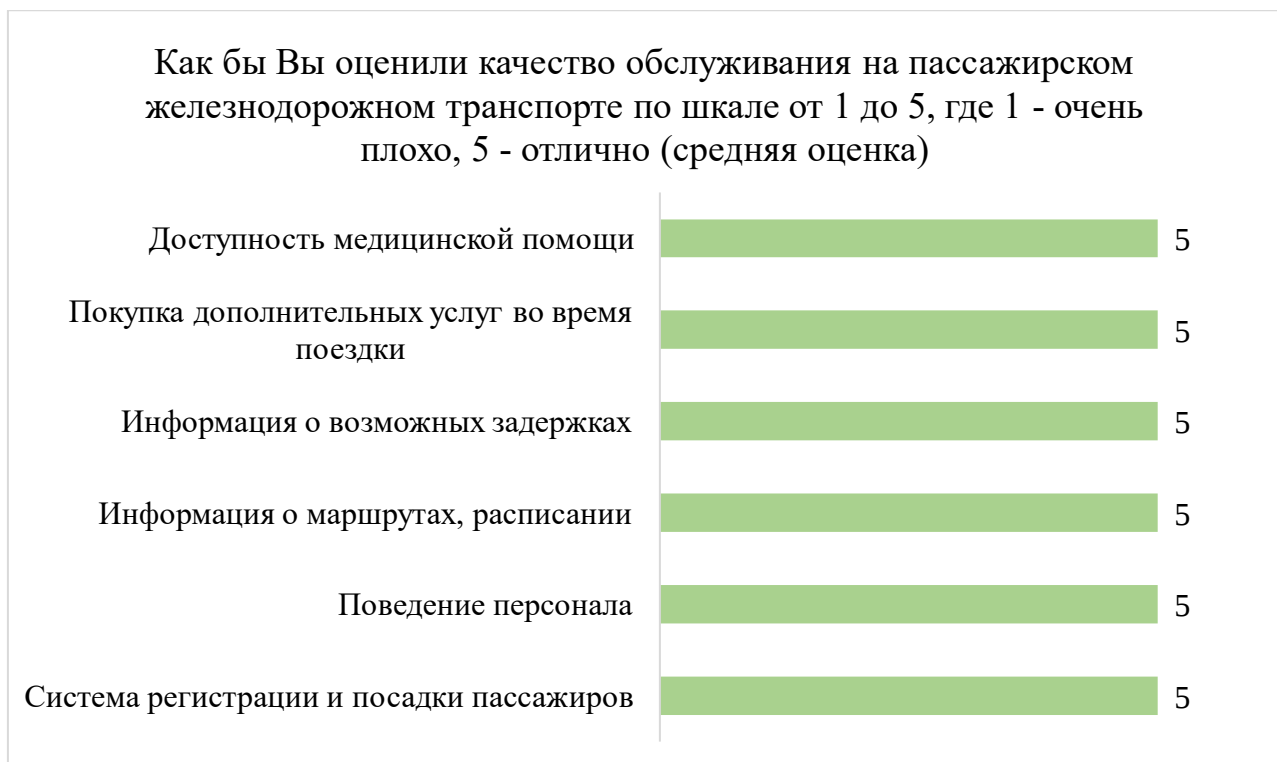


Рисунок 25– Как бы Вы оценили качество обслуживания на пассажирском железнодорожном транспорте по шкале от 1 до 5, где 1 - очень плохо, 5 - отлично (средняя оценка)

Почти все пассажиры оценили личный опыт пользования железнодорожным транспортом как хороший и отличный (рис. 26). Это может быть связано с тем, что большое количество респондентов связывают поездку на железнодорожном транспорте с приятными воспоминаниями из прошлого, также считают, что поездка может быть приятной, уютной и эстетичной. Плохо оценивают личный опыт 3% респондентов и столько же оценили удовлетворительно. Это может говорить о том, что не всегда поездка оставляет хорошие воспоминания. В редких случаях поездка приносит негативный опыт.

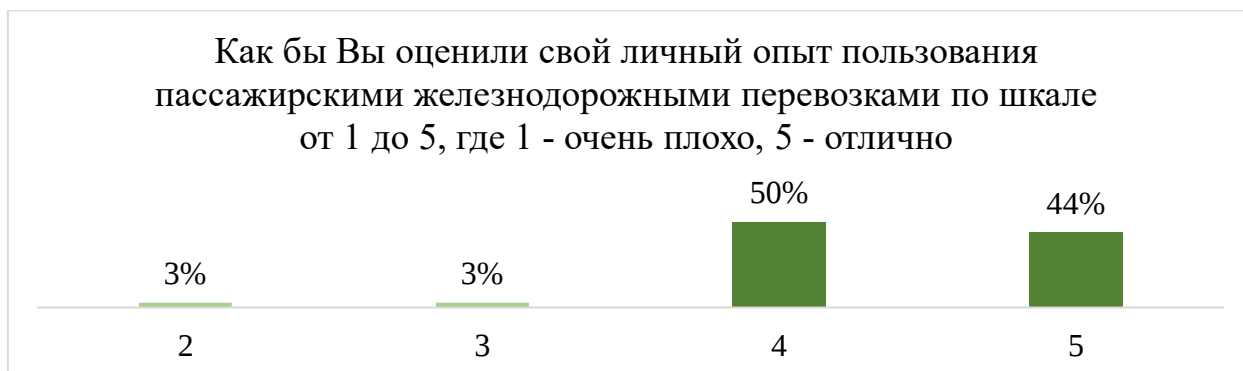


Рисунок26 – Как бы Вы оценили свой личный опыт пользования пассажирскими железнодорожными перевозками по шкале от 1 до 5, где 1 - очень плохо, 5 - отлично

Среди респондентов за дополнительные услуги готовы платить 16% пассажиров и скорее готовы 34% пассажиров, что составляет половину всех респондентов (рис. 27). Это показывает наличие спроса на улучшенный сервис и дополнительные возможности. 28% скорее не готовы платить за дополнительные услуги и улучшенный сервис, точно не готовы 7% опрошенных. Это важный сигнал для анализа существующего сервиса и понимания того, какие именно услуги необходимы пассажирам, и насколько они готовы за них платить. Затруднились при ответе на этот вопрос 15% пассажиров. Это указывает на необходимость уточнения вопроса или проведения дополнительного исследования для выяснения причин затруднений.



Рисунок27 – Готовы ли Вы платить дополнительные средства за улучшенный сервис или дополнительные услуги на поезде

Пассажиры плацкартных вагонов в меньшей степени готовы платить дополнительные средства за улучшенный сервис или дополнительные услуги на поезде, чем пассажиры купейных вагонов (табл. 17). Плацкарт — более бюджетный вариант проезда. Чаще всего его выбирают люди со средним или низким уровнем дохода, для которых важна стоимость, а не комфорт. Они изначально ориентируются на минимальные затраты и менее склонны увеличивать расходы на дополнительные услуги. К тому же в плацкартном вагоне нет возможности получить действительно "улучшенный" сервис в рамках ограниченного индивидуального пространства.

Таблица 17– Готовы ли Вы платить дополнительные средства за улучшенный сервис или дополнительные услуги на поезде (тип вагона)

	Тип вагона	
	Купе	Плацкарт
Точно да	13%	19%
Скорее да	48%	19%
Скорее нет	16%	40%
Точно нет	3%	10%
Затрудняюсь ответить	20%	12%

Около 80% пассажиров уверены, что следует вкладывать деньги в развитие пассажирского железнодорожного транспорта (рис. 28). Это что может быть использовано для обоснования новых проектов и привлечения инвестиций. Необходимо обратить внимание на мнения 8% респондентов, высказавшихся против инвестиций, и проанализировать причины их негативного отношения. Высокий процент затруднившихся с ответом (14%) указывает на необходимость улучшения информированности населения о планах развития железнодорожного транспорта и потенциальных преимуществах этих инвестиций.



Рисунок 28 – Как вы считаете, сегодня следует или не следует вкладывать деньги в развитие пассажирского железнодорожного транспорта

Большее половины респондентов, говоря о усовершенствовании условий передвижения высказались в пользу модернизации пассажирских мест (рис. 29). Этот результат подчеркивает важность инвестиций в обновление подвижного состава. Современный дизайн интерьера указали 47% пассажиров, что указывает на то, что эстетическая составляющая также играет значительную роль в восприятии комфорта. Питание, включенное в стоимость каждого билета, выделили 36% респондентов. Это указывает на потребность в улучшении качества питания в поездах или внедрении более выгодных предложений по питанию. Важно учитывать, что это предложение может быть экономически оправданным не на всех маршрутах и категориях поездов. Около 30% высказались в пользу системы кондиционирования во всех поездах, что говорит о необходимости установки систем кондиционирования во всех поездах указывает на необходимость модернизации подвижного состава. Увеличение численности сотрудников, указанное 24% опрошенных, может включать в себя увеличение числа проводников, работников вокзалов и других сотрудников. Качественная переквалификация выделили 8% респондентов, что может указывать на то, что вопросы повышения квалификации персонала не являются для пассажиров столь же важными, как другие аспекты. Небольшой процент затруднившихся ответить, а именно 14 %, указывает на четкость вопроса и то, что большинство пассажиров имеют сформированное мнение по поводу приоритетных направлений улучшения

условий передвижения.



Рисунок 29— Что может быть предпринято в качестве эффективной стратегии усовершенствования условий передвижения и качества обслуживания в железнодорожном транспорте⁴²

На вопрос о изменения в расписании поездов и маршрутах для повышения удобства, и доступности железнодорожного транспорта 43% высказались в пользу уменьшение времени в пути и повышение скорости движения поездов (рис. 30). Это говорит о том, что для большинства пассажиров время является ключевым фактором. По этому критерию большое преимущества имеют самолеты. 23% выделили увеличение количества поездов на популярных маршрутах, этот результат указывает на проблему перегруженности существующих маршрутов. Увеличение числа поездов позволит уменьшить давку, улучшить комфорт поездок и предоставить пассажирам больше гибкости при выборе времени отправления. В пользу расширение сети маршрутов и добавление новых направлений высказались 20% опрошенных, что сделает железнодорожный транспорт доступным для большего числа людей и откроет новые

⁴² Итоговый процент больше 100 так как респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

возможности для путешествий и деловых поездок. 10% респондентов увеличение частоты движения в ночное время. Это указывает на потребность в ночных рейсах для тех, кто работает допоздна, путешествует ночью по личным причинам или хочет сэкономить время, путешествуя ночью. Значительный процент респондентов затруднились ответить. Это может быть вызвано несколькими факторами: отсутствие опыта использования железнодорожного транспорта, недостаточная осведомленность или удовлетворенность текущим положением.



Рисунок 30— Какие изменения в расписании поездов и маршрутах вы бы хотели видеть для повышения удобства и доступности железнодорожного транспорта⁴³

Общие выводы по исследованию (резюме).

Большинство респондентов совершают поездки в железнодорожном транспорте раз в год и реже, обычно для того, чтобы съездить на отдых или навестить родственников. Реже для того, чтобы съездить по работе или навестить друзей. Женщины совершают поездки на железнодорожном транспорте реже мужчин. Они также больше склонны к общению со своими попутчиками и соседями в вагоне.

⁴³ Итоговый процент больше 100 так как респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

В основном, во время поездки пассажиры не испытывают дискомфорта из-за наличия соседей в вагоне. В целом, они удовлетворены условиями передвижения и качеством обслуживания на пассажирском железнодорожном транспорте. Условия передвижения на пассажирском железнодорожном транспорте оценены на “хорошо” и “отлично”. Качество обслуживания оценено пассажирами железнодорожного транспорта на “отлично” по всем критериям

Большая часть респондентов связывает поездку на железнодорожном транспорте с определенными воспоминаниями из прошлого, и доверяет безопасности пассажирских железнодорожных перевозок. Оценивая свой личный опыт пользования этим видом транспорта на “хорошо” и “отлично” они уверены, что поездка на железнодорожном транспорте может быть эстетически приятной и уютной. Главными положительными чертами респонденты считают удобство, комфорт и безопасность.

Билеты чаще приобретаются пассажирами через интернет или в кассе вокзала. Больше половины опрошенных встречались с рекламой пассажирских железнодорожных перевозок и относятся к ней, в целом, положительно.

Уровень распространённости железнодорожного транспорта оценивается респондентами как высокий и средний. Наиболее предпочтительными являются железнодорожный и воздушный транспорт. Для дальних поездок наибольшая часть пассажиров предпочитает поезда, выделяя безопасность, как главную черту железнодорожного транспорта.

Говоря об изменениях в железнодорожном транспорте дальнего следования, было выявлено 3 варианта, наиболее привлекательных для пассажиров: уменьшить цены на билеты, ускорить передвижение, включить питание в стоимость билета. В качестве эффективной стратегии усовершенствования условий передвижения и качества обслуживания в железнодорожном транспорте около половины респондентов высказались в пользу модернизации рабочих мест и современный дизайн интерьера. Более

четверти опрошенных поддерживали такие варианты, как: питание, включенное в стоимость каждого билета и система кондиционирования во всех поездах. В поддержку увеличения численности сотрудников и качественной переквалификации сотрудников, высказались более 30% пассажиров. Это может указывать на то, что вопросы повышения квалификации персонала не являются для пассажиров столь же важными, как другие аспекты.

Говоря об изменениях в расписании поездов и маршрутах, около половины опрошенных хотели бы уменьшения времени в пути и повышение скорости движения поездов. Также для повышения удобства и доступности железнодорожного транспорта были предложены такие варианты, как: увеличение количества поездов на популярных маршрутах и расширение сети маршрутов, добавление новых направлений.

Цены на билеты, по мнению пассажиров высокие и средние. Многие пассажиры считают, что сегодня следует вкладывать деньги в развитие железнодорожного транспорта. Половина респондентов готовы платить за дополнительные услуги или улучшенный сервис.

Для многих важно наличие специальных акций, скидок и программ лояльности. Наиболее известными для пассажиров являются: программа лояльности «РЖД Бонус» и скидки на билеты для школьников. Используются чаще скидки на билеты для школьников. Около половины опрошенных затруднились назвать используемые ими программы лояльности, что может быть связано с недостаточной осведомлённостью о подобного рода программах или неиспользованием их при покупке билетов.

2.3 Отзывы и жалобы пассажиров как источник оценок услуг пассажирских железнодорожных перевозок

Общая характеристика исследования.

1. Объект исследования: отзывы пассажиров поезда 097Э Тынды - Кисловодск на сайте отзывик и в приложении Tutu.ru за период с 30.11.2024 по 18.04.2025; комментарии пассажиров и оценки, поставленные

пассажирами за поездку. Данные интернет-порталы выбраны ввиду достаточного количества отзывов для обработки.

2. Цель исследования: выявить отношение пассажиров к услугам железнодорожных перевозок.

3. Исследование осуществлялось методом анализа документов в форме контент-анализа отзывов.

4. Методика опроса: контент-анализ отзывов.

5. Полевой этап проводился с 30 апреля по 16 мая. Всего проанализировано 100 отзывов.

Анализ и интерпретация данных.

Большую часть отзывов на поезд 097 оставляют пассажиры плацкартных вагонов (рис. 31). Это может быть связано с тем, что такие вагоны перевозят больше пассажиров. Женщины оставляют отзывы в 2 раза больше, чем мужчин, как в купейном вагоне, так и в плацкартном.

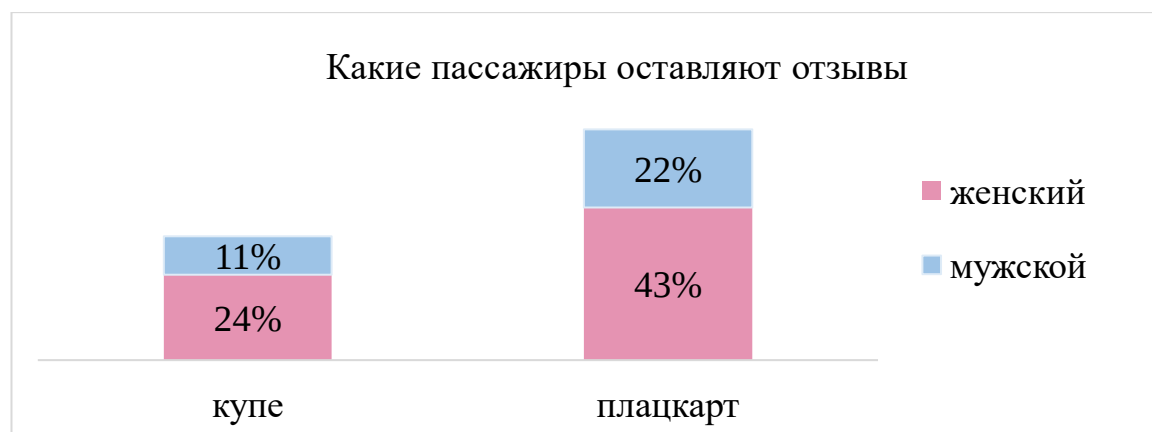


Рисунок 31 – Социально-демографические характеристики пассажиров, оставляющих отзывы

Главными положительными чертами, которые встречаются в отзывах, являются комфорт и чистота (более 50%) (рис.32). Пассажиры поезда 097 оценивали уровень комфорта, в основном, по таким критериям как: наличие душа и биотуалета, новизна и современное оснащение вагона. Кроме того, к комфорту относили наличие горячей и холодной воды в вагоне, качество постельного белья. Соответствие температурного режима стало важной положительной чертой железнодорожного транспорта для 8% пассажиров.

Возможность путешествовать с багажом отметил 1% пассажиров и столько же отметили доступность.



Рисунок 32 – Положительные характеристики железнодорожного транспорта (в %) ⁴⁴

Больше по объёму отзывы про соответствие температурного режима, возможность путешествовать с багажом и доступность (рис. 33). Возможно, эти характеристики вызывают у пассажиров большее количество эмоций и желания подробнее описывать свои впечатления о поездке. Чуть меньше по объёму отзывы, где упоминается чистота/порядок и комфорт. Это может быть связано с тем, что это основные критерии оценки поездки и железнодорожного транспорта в целом.



Рисунок 33 – Положительные характеристики железнодорожного транспорта (объём отзыва в количестве слов - ср. значение)

⁴⁴ Итоговый процент больше 100, так как пассажир мог указать несколько характеристик

Ввиду того, что женщины оставляют отзывы почти в 2 раза больше мужчин, можно предположить, что они примерно одинаково выделяют комфорт и чистоту, как главные положительные качества железнодорожного транспорта (рис. 34). Соответствие температурного режима указывается гораздо реже и мужчинами, и женщинами. Такие характеристики как возможность путешествовать с багажом и доступность единой указывали пассажиры мужского пола. Возможно это связано с тем, что мужчины чаще путешествуют по работе и имеют увлечения, требующие перевозки оборудования (рыболовные удочки, велосипеды, лыжи и др.)

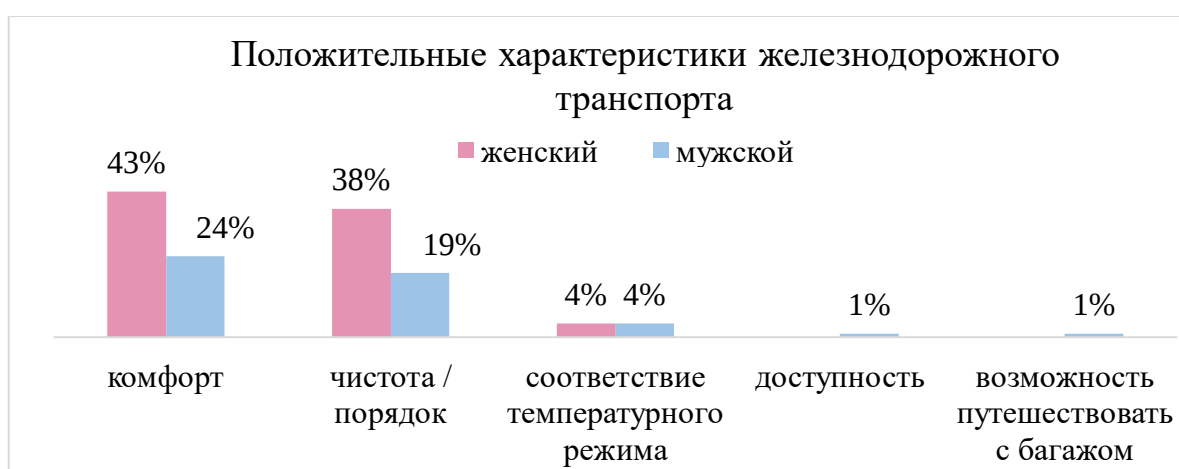


Рисунок 34 – Положительные характеристики железнодорожного транспорта (пол)⁴⁵

Из-за того, пассажиры плацкартных вагонов оставляют отзывы почти в 2 раза больше пассажиров купейных вагонов, можно предположить, что они примерно одинаково выделяют комфорт и чистоту, как главные положительные качества железнодорожного транспорта (рис. 35). Соответствие температурного режима указывается гораздо реже всеми пассажирами. Возможность путешествовать с багажом и доступность единой указывали пассажиры плацкартного вагона. Можно предположить, что это связано с тем, что пассажиры плацкартных вагонов часто стремятся максимально использовать бесплатную норму провоза багажа, чтобы сэкономить на отправке вещей почтой или транспортными

⁴⁵ Итоговый процент больше 100, так как пассажир мог указать несколько характеристик

компаниями. Плацкартные вагоны часто используются для поездок к родственникам в сельскую местность или небольшие города, где может быть ограничен доступ к товарам и услугам. Поэтому пассажиры везут с собой необходимые вещи, продукты питания и предметы быта. Если говорить о доступности, то плацкартные вагоны — самый дешевый способ путешествовать на поезде. Это делает их доступными для людей с низким уровнем дохода, студентов и пенсионеров.

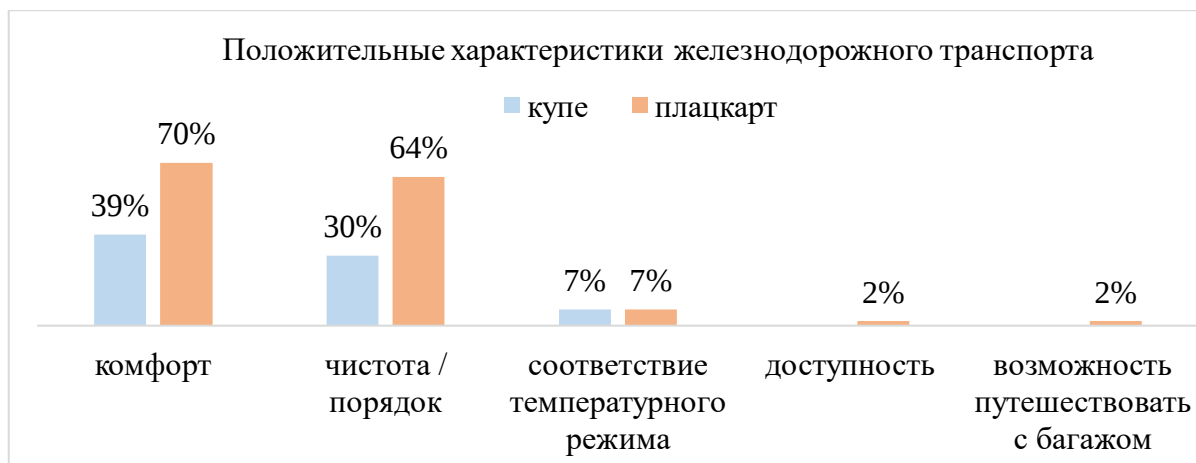


Рисунок 35 – Положительные характеристики железнодорожного транспорта (тип вагона)⁴⁶

Все отзывы можно разделить две группы: полностью положительные отзывы, которые составляют большую часть, но есть и те, где пассажиры высказываются об отрицательных характеристиках железнодорожного транспорта (рис. 36).

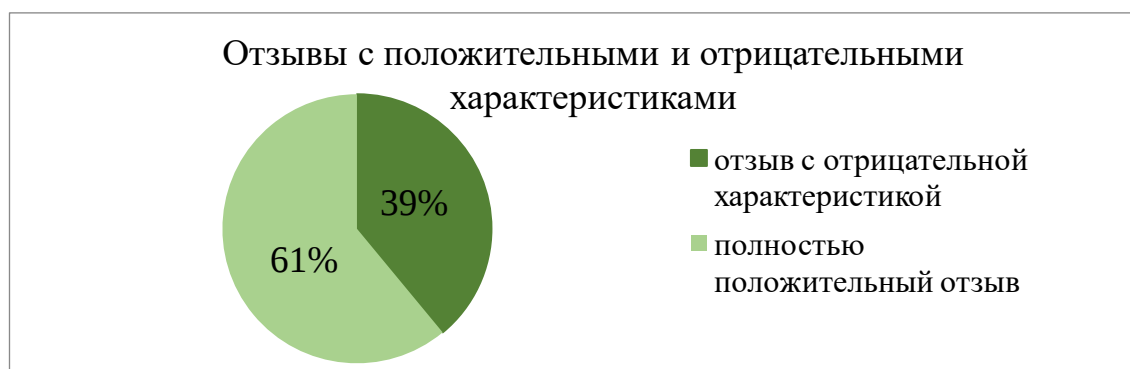


Рисунок 36– Отзывы с положительными и отрицательными характеристиками

⁴⁶ Итоговый процент больше 100, так как пассажир мог указать несколько характеристик

Среди тех, кто писал отзыв с отрицательной характеристикой видно, что больше половины считают главной отрицательной характеристикой железнодорожного транспорта недостаток комфорта (рис. 37). Он проявляется в том, что часть вагонов старые и нуждаются в ремонте, в новых вагонах спальные места уже, чем в старых вагонах и матрацы непропорциональны размеру полок, крючки для верхней одежды неудобные, двери часто сломаны, неприятный запах из туалета попадает в вагон, плохое состояние постельного белья, скудный набор для перекуса. Несоответствие температурного режима является важным недостатком для 28%. Вероятно, это связано с тем, что слишком высокая или слишком низкая температура в вагоне создаёт дискомфорт для пассажиров, особенно во время длительных поездок. Это может привести к раздражительности, усталости и ухудшению общего впечатления от поездки. Единожды встретились комментарии по поводу загрязнений, стоимости и задержек. Это может быть связано с тем, что общая загрязненность вагона создает ощущение неухоженности и небрежности, что негативно влияет на восприятие сервиса. Если стоимость билетов не соответствует уровню комфорта и сервиса, пассажиры чувствуют себя обманутыми, а задержки поездов приводят к нарушению планов пассажиров, опозданиям на важные встречи и мероприятия.



Рисунок 37 – Отрицательные характеристики железнодорожного транспорта (в %)

Больше по объему отзывы о загрязнении, стоимости и недостатке комфорта (рис.38). Можно предположить, что именно эти темы больше всего беспокоят пассажиров и вызывают эмоции, под влиянием которых они пишут большие комментарии. В то время как задержки и несоответствие температурного режима менее триггерные темы для пассажиров, оставляющих отзывы.



Рисунок 38 – Отрицательные характеристики железнодорожного транспорта (объём отзыва в количестве слов - ср. значение)

Большую часть отрицательных отзывов пишут женщины (рис.39). Их больше заботит состояние постельного белья, которое является критерием комфорта и несоответствие температурного режима. Возможно, это связано с тем, что женщины часто несут основную ответственность за организацию поездок с детьми или другими членами семьи, поэтому для них особенно важны комфорт, безопасность и удобство. Мужчинами же указывали на недостаток комфорта, говоря о неудобной конструкции с рамными каркасами нижних полок в купе и о поломках в вагоне. Это может быть связано с физиологическими особенностями; женщины, как правило, более чувствительны к перепадам температуры, чем мужчины. Загрязнение, стоимость и задержки не заботят мужчин, но единожды упоминались женщинами. Женщины могут предъявлять более высокие требования к чистоте и гигиене, особенно в общественных местах, где приходится

проводить длительное время. Задержки и неудобства могут создавать дополнительные трудности и стресс, влияя на их впечатление от поездки.

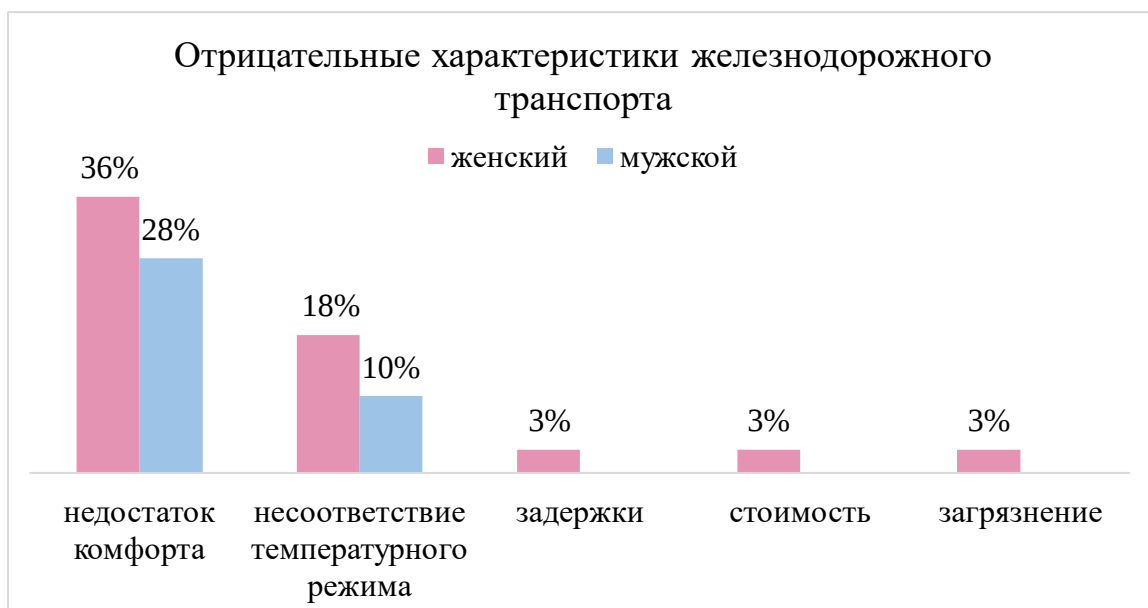


Рисунок 39 – Отрицательные характеристики железнодорожного транспорта (пол)⁴⁷

Среди тех, кто писал отзывы с отрицательными характеристиками железнодорожного транспорта, недостаток комфорта беспокоит пассажиров купейных вагонов в 3 раза больше, чем пассажиров плацкартных вагонов (рис. 40). Это может быть связано с тем, что пассажиры купейных вагонов, как правило, имеют более высокий доход и готовы платить больше за более комфортные условия.

С несоответствием температурного режима пассажиры плацкартных вагонов сталкиваются почти в 2,5 раза чаще, чем пассажиры купейных вагонов. Причина этого может быть в том, что в плацкартном вагоне сложнее найти место с комфортной температурой, особенно в зимнее или летнее время. Пассажиров плацкартных вагонов заботят задержки поезда, в то время как пассажиры купейных вагонов недовольны стоимостью и загрязнениями в вагоне. Вероятно, различия в приоритетах пассажиров купейных и плацкартных вагонов, касающихся задержек, стоимости и загрязнений, обусловлены, главным образом, разницей в их социально-экономическом

⁴⁷ Итоговый процент больше 100, так как пассажир мог указать несколько характеристик

положении и ожиданиях от поездки: стоимость является решающим фактором при выборе транспорта. Из-за высокой плотности пассажиров и ограниченных возможностей для уборки в плацкартных вагонах проблема загрязнения стоит особенно остро.

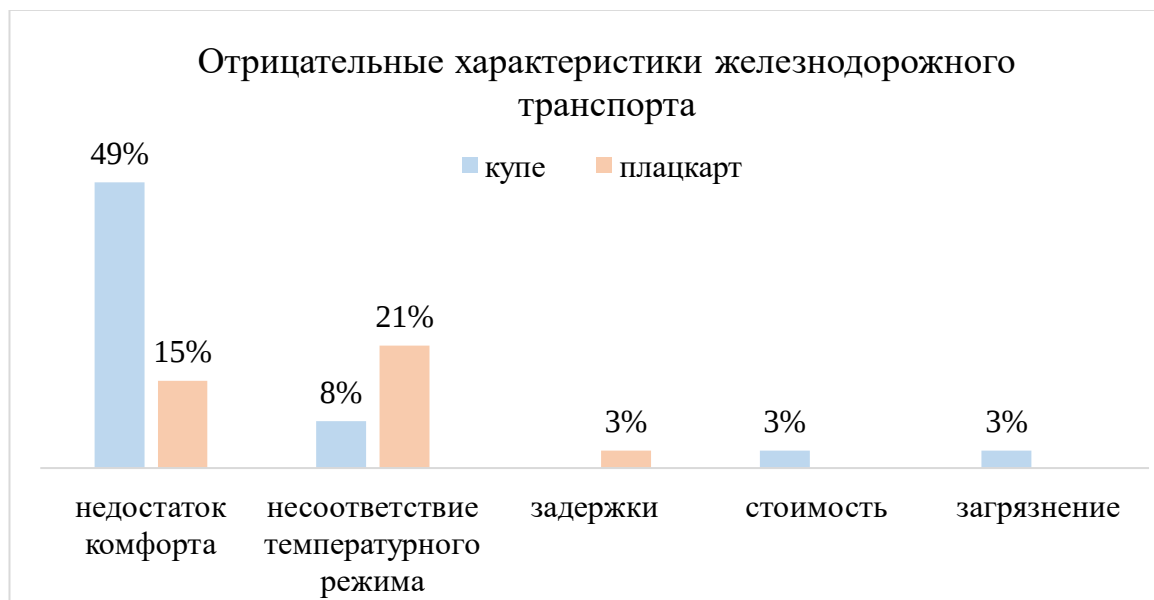


Рисунок 40 – Отрицательные характеристики железнодорожного транспорта (тип вагона) ⁴⁸

Большая часть отзывов, написана с упоминанием работы персонала (рис. 41). Из которых 58% положительные отзывы и 4% отрицательные.



Рисунок 41 – Упоминание персонала в отзывах

Главными положительными личностными качествами персонала, которые встречаются в отзывах, являются вежливость и доброжелательность

⁴⁸ Итоговый процент больше 100, так как пассажир мог указать несколько характеристик

(более 50%) (рис. 42). Профессионализм стал важным личностным качеством персонала для 27% пассажиров и терпение для 19%. Пассажиры поезда 097 оценивали профессионализм, в основном, по таким критериям как: уборка по графику, внимательность и тактичность. Пунктуальность отметили 3% пассажиров и столько же отметили ответственность.



Рисунок 42 – Положительные личностные качества персонала (в %) ⁴⁹

Больше по объёму отзывы про пунктуальность (рис. 43). Возможно, эти характеристики вызывают у пассажиров большее количество эмоций и желания подробнее описывать свои впечатления о поездке. Чуть меньше по объёму отзывы, где упоминается ответственность, вежливость и доброжелательность, терпение и профессионализм. Это может быть связано с тем, что это основные критерии оценки личных качеств проводников и начальника поезда.

⁴⁹ Итоговый процент больше 100, так как пассажир мог указать несколько характеристик

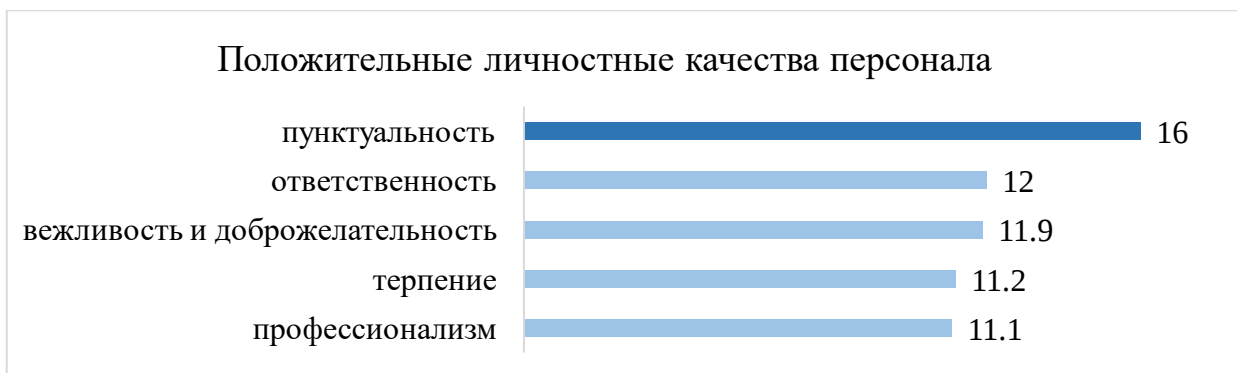


Рисунок 43 – Положительные личностные качества персонала (объём статьи в количестве слов - ср. значение)

Все пассажиры большое внимание уделяют благодарности персоналу, во время того, как оставляют комментарии к поездке (рис. 44). Вежливость и доброжелательность указывается гораздо реже и мужчинами, и женщинами. Мужчины ценят профессионализм больше, чем доброжелательность, в то время как профессионализм не указывается женщинами вовсе. Это может быть связано с тем, что мужчины, как правило, более ориентированы на решение задач и эффективность. Для них профессионализм проводника (способность быстро и качественно решить проблему) может быть важнее, чем его личные качества. Терпение выделили 7% женщин и 2% мужчин. Пунктуальность и ответственность выделили только 2% женщин.

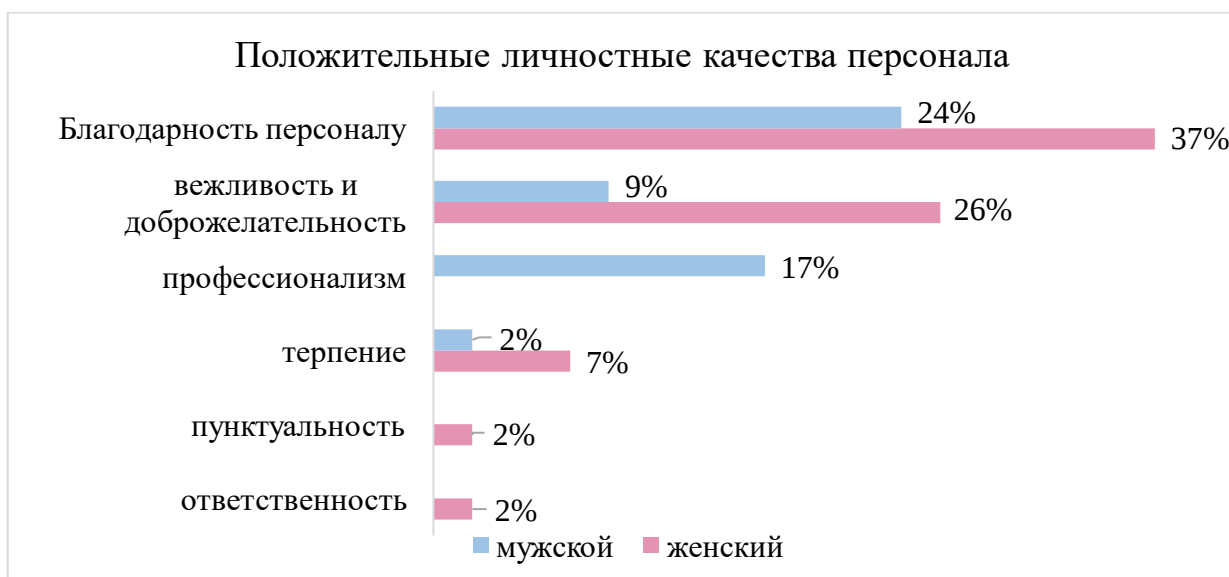


Рисунок 44 – Положительные личностные качества персонала (пол)⁵⁰

⁵⁰ Итоговый процент больше 100, так как пассажир мог указать несколько характеристик

Все пассажиры большое внимание уделяют благодарности персоналу, во время того, как оставляют комментарии к поездке (рис. 45). Благодарностей от пассажиров купейного вагона меньше, чем от пассажиров плацкартного вагона. Пассажиры купейных вагонов чаще в отзывах указывают на вежливость и доброжелательность, профессионализм персонала, чем пассажиры плацкартных вагонов. Возможно, это связано с тем, что пассажиры, приобретающие билеты в купейные вагоны, изначально рассчитывают на более высокий уровень комфорта и обслуживания. В связи с этим, они более внимательны к качеству взаимодействия с персоналом. Для них эти качества – часть "стандарта", который они ожидают получить за свои деньги. Терпение отмечают только 9% пассажиров купейных вагонов и 2% отмечают ответственность. Столько же пассажиров плацкартных вагонов выделяет такую черту, как пунктуальность. Можно предположить, что пассажиры плацкартных вагонов могут больше заботиться о безопасности, экономии и своевременном прибытии к месту назначения. Поэтому они чаще отмечают пунктуальность.

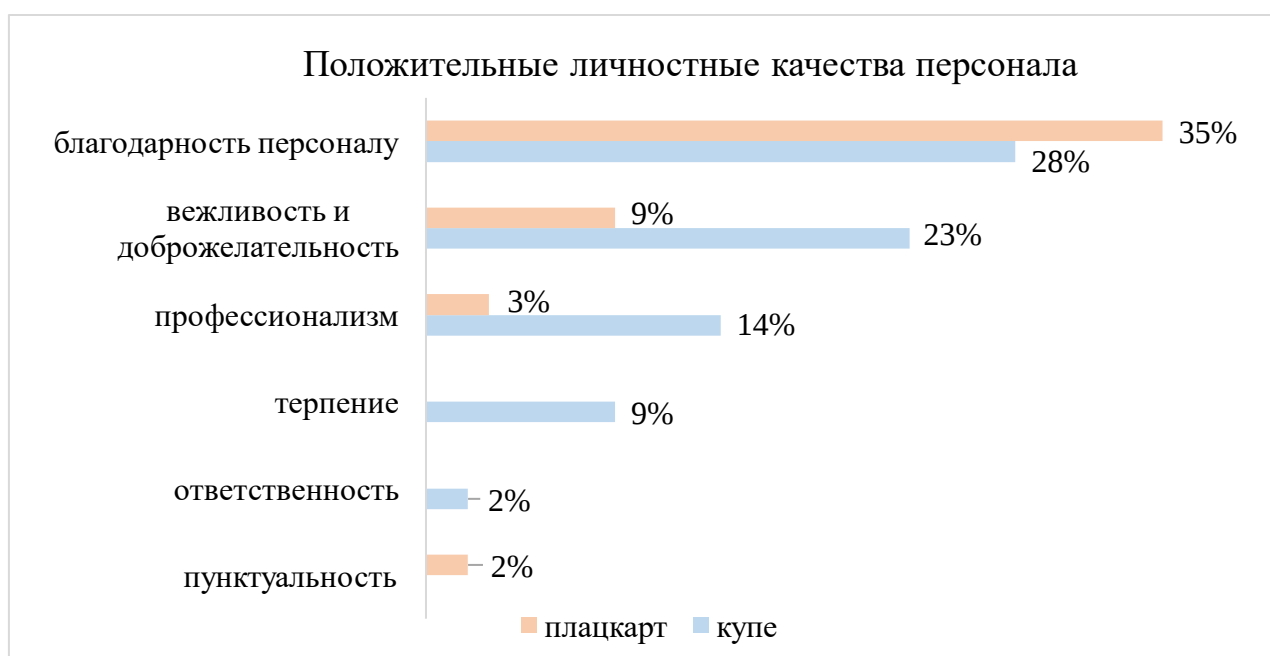


Рисунок 45 – Положительные личностные качества персонала (тип вагона)⁵¹

⁵¹ Итоговый процент больше 100, так как пассажир мог указать несколько характеристик

Отзывы, связанные с отрицательными личностными качествами персонала, составляющие 4% от общей суммы отзывов можно разделить на 4 равные части, где единожды встречались такие качества как: грубость и хамство, некомпетентность, нежелание помочь и коррупция (рис. 46). Такая ситуация может быть связана с тем, что многие пассажиры терпимо относятся к небольшим недостаткам в обслуживании, особенно если поездка в целом проходит нормально. Они могут не считать нужным писать отзыв из-за незначительных проблем.



Рисунок 46 – Отрицательные личностные качества персонала (в %)

Больше по объему отзывы о некомпетентности, (рис.47). Можно предположить, что именно эта тема чуть больше беспокоит пассажиров и вызывают эмоции, под влиянием которых они пишут комментарии немного больше. В то время как нежелание помочь, коррупция, грубость и хамство менее триггерные темы для пассажиров, оставляющих отзывы.



Рисунок 47 – Отрицательные личностные качества персонала (объем статьи в количестве слов - ср. значение)

Женщины чаще оставляют отзывы о отрицательных личностных качествах персонала, чем мужчины (рис. 48). Женщин больше задевают такие отрицательные качества как: грубость и хамство, некомпетентность и нежелание помогать. В то время как мужчин задевает коррупция. Причина может быть в том, что женщины, как правило, более требовательны к качеству обслуживания и более чувствительны к проявлениям невежливости или некомпетентности со стороны персонала.

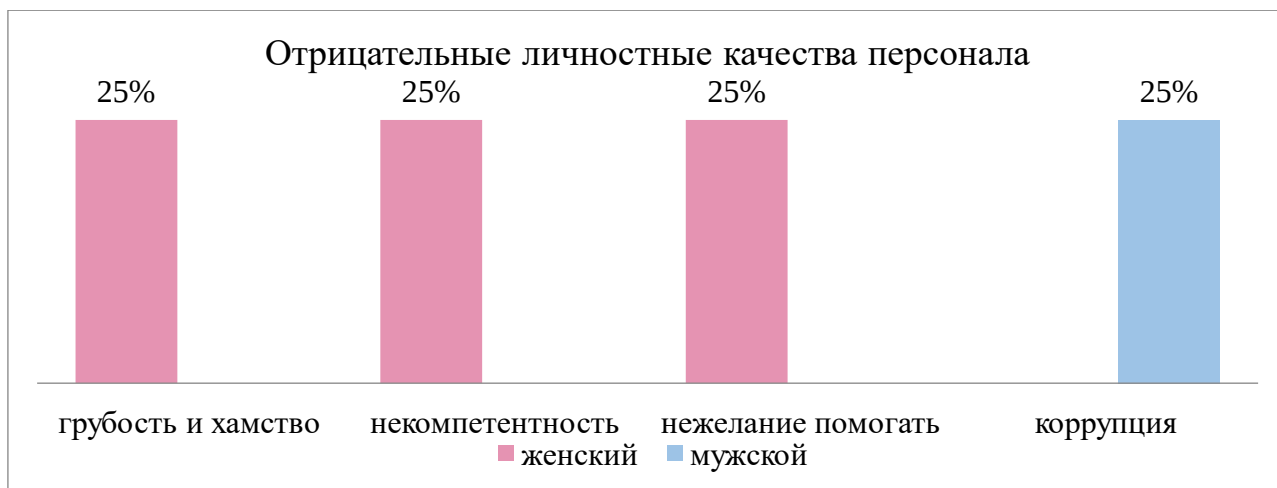


Рисунок 48 – Отрицательные личностные качества персонала (пол)

Пассажиры купейных вагонов чаще оставляют отзывы о отрицательных личностных качествах персонала, чем пассажиры плацкарта (рис. 49). Пассажиров купе больше задевают такие отрицательные качества как: грубость и хамство, некомпетентность и нежелание помогать. В то время как пассажиров плацкарта задевает коррупция. Причина может быть в том, что пассажиры купейных вагонов, как правило, более требовательны к качеству обслуживания и более чувствительны к проявлениям невежливости или некомпетентности со стороны персонала. В плацкартных вагонах взаимодействие с проводником более формальное и ограниченное. Пассажиры могут реже контактировать с проводником и, следовательно, менее чувствительны к его личным качествам.

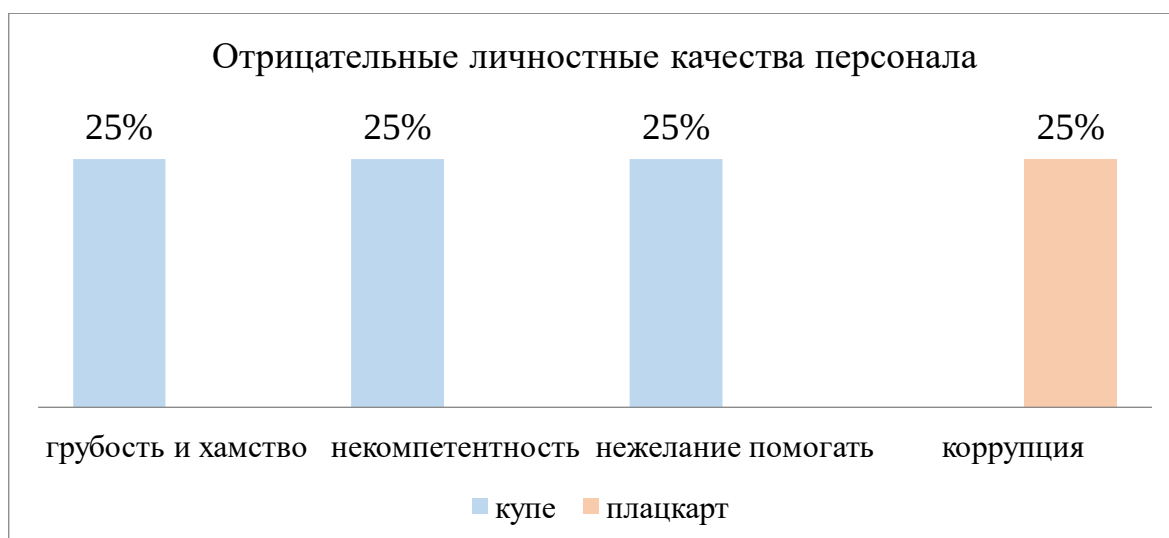


Рисунок 49 – Отрицательные личностные качества персонала (тип вагона)

Общие выводы по исследованию (резюме).

Женщины чаще мужчин оставляют отзывы на поезд 097. Главными положительными чертами, которые встречаются в отзывах, являются комфорт и чистота. Оценивали уровень комфорта, в основном, по таким критериям как: наличие душа и биотуалета, новизна и современное оснащение вагона. Меньшая доля пассажиров выделяет соответствие температурного режима. Чистота и комфорт оценивается всеми пассажирами примерно одинаково.

Больше половины отзывов содержат полностью положительные характеристики, но есть и отзывы, содержащие отрицательные характеристики. Главной отрицательной чертой, по мнению пассажиров, оставивших отзывы, является недостаток комфорта. Проявляется это в том, что часть вагонов старые и нуждаются в замене, двери в вагоне часто сломаны и в вагон попадает неприятный запах из туалета. Женщины в отрицательных отзывах чаще указывают несоответствие температурного режима и неудовлетворительное качество постельного белья. Мужчины же указывали на недостаток комфорта, говоря о неудобной конструкции с рамными каркасами нижних полок в купе и о поломках в вагоне.

Упомянули в отзыве персонал больше половины пассажиров. Большая часть отзывов, с упоминанием персонала, содержит благодарности работе

проводников и начальника поезда. Главными личностными качествами персонала, по мнению пассажиров, оставивших отзывы, являются вежливость и доброжелательность. Мужчины больше отмечают профессионализм, а женщины чаще отмечают вежливость и доброжелательность. Говоря о отрицательных личностных качествах, пассажирами единожды упоминались такие характеристики как: грубость и хамство, некомпетентность, нежелание помогать, коррупция.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключении бакалаврской работы основные итоги по данной теме. В данной работе было выделено две главы. В первой главе были рассмотрены теоретические основания изучения отношения пассажиров к услугам железнодорожных перевозок, включая их предпочтения и факторы, влияющие на предпочтения. Анализ теоретических подходов позволил определить предпочтения пассажиров железнодорожного транспорта как многофакторный феномен, зависящий от цели поездки, продолжительности следования, стоимости поездки, качества обслуживания и комфортабельность поездки. Было установлено, что отношение пассажиров к железнодорожным перевозкам - это не только общее восприятие поездки, но и совокупность их ожиданий, стоимости, удобства и эмоций, испытываемых во время поездки. Также было показано, что пассажиры железнодорожных перевозок выступают как самостоятельная социальная группа, обладающая определенными характеристиками и правами.

Во второй главе исследование было направлено на выявление особенностей спроса на услуги железнодорожных перевозок и анализ отзывов и жалоб пассажиров. Опрос позволил выявить особенности спроса на услуги пассажирских железнодорожных перевозок. Общественное мнение говорит о том, что пассажиры обычно используют железнодорожный транспорт для поездок на отдых или навестить родственников. На основе изучения отзывов и жалоб пассажиров выявлено отношение пассажиров к услугам железнодорожных перевозок. По итогам исследования отношение пассажиров к услугам железнодорожных перевозок оценивается чаще всего положительно.

Из сравнения двух исследований можно сделать вывод о том, что отношение пассажиров к услугам железнодорожных перевозок является многогранным и определяется комплексом факторов, включающих

безопасность, комфорт, стоимость, удобство и качество обслуживания. Анализ данных свидетельствует о преобладании положительных оценок, что подтверждает важность железнодорожного транспорта в системе пассажирских перевозок. Однако, выявлены и проблемные области, требующие внимания со стороны железнодорожных компаний. В отзывах пассажиры чаще жалуются на недостаток комфорта, несоответствие температурного режима. Два исследования показали одинаково высокую оценку удобства и комфорта. Однако, анализ отзывов пассажиров выявил некоторые расхождения. В отзывах акцент сместился на чистоту и порядок, при этом безопасность, равная по значимости комфорту в опросах, указывалась реже. Работа персонала в отзывах получила более высокую оценку, чем в структурированных опросах. Кроме того, отзывы пассажиров чаще содержали жалобы на недостаточный уровень комфорта и несоответствующий температурный режим в вагонах.

Для повышения удовлетворенности пассажиров и укрепления конкурентоспособности железнодорожного транспорта рекомендуется;

- уменьшить цены на билеты или включить питание в стоимость билета
- ускорить передвижение;
- расширить сети маршрутов, добавить новые направления или сделать больше станций в отдаленных населенных пунктах

Таким образом, исследование отношения пассажиров к услугам железнодорожных перевозок показало, что несмотря на существующие недостатки, железнодорожный транспорт обладает значительным потенциалом для развития. Положительные оценки безопасности и комфорта, а также готовность пассажиров платить за дополнительные услуги, свидетельствуют о перспективности инвестиций в модернизацию инфраструктуры и повышение качества обслуживания. Результаты данного исследования могут служить основой для разработки стратегии развития пассажирского железнодорожного транспорта, ориентированной на

укрепление его позиций на транспортном рынке.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Абрамов А.П., Галабурда В.Г., Иванова Е.А. Маркетинг на транспорте. М.: Желдориздат, 2001.
- 2 Алиназарова М.А. Маркетинговое исследование спроса и предложения на региональном энергетическом рынке // Статистика и экономика. 2022. №3.
- 3 Баркан Д.И., Ручьева А.С. Стратегический маркетинг как ценностная навигация // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. 2015. № 4. С. 3–38
- 4 Белых, В. С. Особенности транспортного законодательства России, Казахстана и Германии: сравнительно-правовой аспект / В. С. Белых, С. К. Идрышева, М. А. Бажина // Право и государство. – 2021. – № 4 (93). – С. 71–89.
- 5 Ващенко Е.Н. Методический подход к оценке удовлетворенности клиентов товарами и услугами коммерческого предприятия // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. №8.
- 6 Вискребенцев И.С. Пассажирские перевозки на железнодорожном транспорте: совершенствование организации и управления // Московский экономический журнал. 2019. №12.
- 7 Вискребенцев И.С.,: «Качество транспортного обслуживания при организации пассажирских перевозок на железнодорожном транспорте», Экономика и менеджмент систем управления, ООО «Издательство «Научная книга» 2019, Том 31 №1 стр: 13-20.
- 8 Гагарина Л.Г. «Перспективы развития железнодорожного транспорта на период до 2030 года». [Электронный ресурс]. –URL: <http://www.gagarinalg.ru/ld/1/154.pdf>. (дата обращения: 20.04.2024)
- 9 Голикова Юлия Александровна Проблемы и перспективы развития железнодорожного транспорта в России // Вестник СИБИТа. 2015.

№3 (15). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-i-perspektivy-razvitiya-zheleznodorozhnogo-transporta-v-rossii> (дата обращения: 30.03.2025).

10 Голоскоков В.Н. Мотивационные модели пассажиров железнодорожного транспорта // КЭ. 2007. №9.

11 Горбунов А.А. Опыт политики развития зарубежных железнодорожных транспортных коммуникаций для современной России. М., 2008.

12 Дунаева, С. О. Сегментирование рынка грузовых железнодорожных перевозок для формирования ценностного предложения в отношениях с грузоотправителями / С. О. Дунаева // Государственное управление. Электронный вестник. – 2019. – № 76. – С. 6-29.

13 Ефимова Галина Николаевна Специфика и проблемы сервиса на железных дорогах // Современные проблемы сервиса и туризма. 2010. №1.

14 Железные дороги России - <https://journal.tinkoff.ru/railroad-stat/>

15 Заварская, Н. Ф., Железной дороге предлагают решить проблему убыточности пассажирских перевозок / Н. Ф. Заварская, И. В. Суханова. – М., 2009 г.

16 Зиновьева Т.В. Основные социологические термины: Учебное пособие. – Издво ЮУрГУ, 2006. – 66 с.

17 Ильин П.И. Уроки новейшей истории железнодорожного транспорта // Железнодорожный транспорт. 2004. № 12.

18 Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 315 с.

19 Кейванова Е.В. Социально ориентированная логистическая реконфигурация модели рынка железнодорожных пассажирских перевозок // Вестник РГЭУ РИНХ. 2019. №2 (66).

20 Клепикова Е. А. Эластичность предложения на российском рынке труда // Вопросы экономики. – 2016. – № 9. – С. 111–128.

21 Колоев К.В., Потапова С.О. Экологические аспекты железнодорожного транспорта // Пожарная безопасность: проблемы и перспективы. 2018. №9.

22 Красковский А.Е., Фортунатов В.В. Прорывные управленческие технологии на железнодорожном транспорте. СПб. : Петербургский государственный университет путей сообщения; М. : Учеб.-метод. центр по образованию на ж/д транспорте, 2012.

23 Лapidус Б. М. Экономические проблемы управления железнодорожным транспортом России в период становления рыночных отношений. 2-е изд. М. : МГУ, 2021.

24 Лapidус Б. М., Мачерет Д. А., Вольфсон А. Л. Теория и практика управления эксплуатационными затратами железнодорожного транспорта. М., 2021.

25 Лапыгин Ю.Н. Стратегическое развитие организации. М. : КноРус, 2013.

26 Ляшенко Григорий Сергеевич, Филобок Анатолий Анатольевич ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА В РОССИИ // Вестник науки и образования. 2024. №5 (148)-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-razvitiya-zheleznodorozhnogo-transporta-v-rossii> (дата обращения: 30.03.2025).

27 Муляр А. С. Эластичность спроса на предложение // Вестник современных исследований. 2021. № 1(2). С. 23–25.

28 Никитина К.И. О качестве и безопасности обслуживания потребителей транспортных услуг на железнодорожных вокзалах, станциях и пассажирских платформах // Вестник ЮУрГУ. Серия: Право. 2022. №3.

29 Обслуживание пассажиров - <https://news.myseldon.com/ru/news/index/179234436>

30 Пассажи́рские перево́зки. Анализ операционных результатов - <https://ar2020.rzd.ru/ru/performance-overview/analysis-operating-results/passenger-transportation>

31 Пехтерев Ф.С. Перспективы развития отрасли // Железнодорожный транспорт. 2004. № 4

32 Под общ. ред. проф. А.Г. Эфендиева. Общая социология: Учебное пособие Под общ. ред. проф. А.Г. Эфендиева . — М.: ИНФРА-М, 2000. — 654 с. — (Серия «Высшее образование»).. 2000

33 Полякова, Л. В. Современное состояние и тенденции развития пассажирских железнодорожных перевозок в России / Л. В. Полякова // Credo New. – 2013. – № 3. – С. 39.

34 Рахматов З. Н. Система маркетинговой коммуникации в пассажирских перевозках на железнодорожном транспорте // International Conference on Eurasian Economies. 2018. P. 552- 557.

35 Рачек Светлана Витальевна Зарубежный опыт реформирования железных дорог // Journal of new economy. 2013. №6 (50). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zarubezhnyy-opyt-reformirovaniya-zheleznih-dorog> (дата обращения: 30.03.2025).

36 Собянина, М. В. Результаты исследования спроса и предложения железнодорожных туров на Урале / М. В. Собянина // Социально-экономические исследования, гуманитарные науки и юриспруденция. – Новосибирск, 2017. – С. 18-24.

37 Соколов А.П., Оксаниченко Н.Е. Роль и перспективы железнодорожного транспорта в экономике региона // Региональная и отраслевая экономика. 2022. №3.

38 Средняя цена железнодорожных пассажирских перевозок - <https://marketing.rbc.ru/articles/14693/>

39 Стратегическое развитие железнодорожного транспорта в России / под ред. Б.М. Лapidуса. М. : МЦФЭР, 2008.

40 Федеральный закон от 10.01.2003 N 17-ФЗ (редакция от 10.01.2003) "О железнодорожном транспорте в Российской Федерации"

41 Федеральный закон от 10.01.2003 № 18-ФЗ (редакция от 19.07.2011) "Устав железнодорожного транспорта Российской Федерации"

42 Филина В. Н. Инвестиционная политика на железнодорожном транспорте в условиях реформирования отрасли // Проблемы прогнозирования. 2006. №3.

43 Ханкелдиева Г.Ш. Методы использования маркетинговых исследований в сфере железнодорожного и пассажирского транспорта // Бюллетень науки и практики. 2022. №5.

44 Шевченко Е.А. Управление цепочками по созданию потребительской ценности фирмы на рынке B2B (на примере инструментальной компании) // Российское предпринимательство. 2012. Т. 13. № 11. С. 64–80.

45 Шишкина Л.Н. Транспортная система России. М.: Желдориздат, 2001.

46 Шкурина, Л. В. Экономическое управление пассажирским комплексом на железнодорожном транспорте / Л. В. Шкурина, Я. А. Поликарпов, Е. А. Маскаева. – Москва : Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Российский университет транспорта", 2023. – 177 с.

47 Экономика железнодорожного транспорта: вводный курс : учебник / Н. П. Терешина, В. А. Подсорин, Ю. И. Соколов [и др.] ; под редакцией Н. П. Терешиной, В. А. Подсорина. — 2-е изд. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 518 с.

48 Besedina, E. A. Konkurentsiya Narossiyskoy passazhirskoy zheleznodorozhnoy transporte / E. A. Besedina, D. S. Frantseva // Транспорт. Экономика. Социальная сфера. – 2019. – стр. 12-15.

49 Joonhyuk P. Innovative Railway Technology // 2014 International Seminar on Innovations for Future Transportation. Seoul, Korea, 2014.

50 Xankeldieva G. S. Prospects for the development of investment activity in the field of tourist services: problems and ways of solution // ISJ Theoretical & Applied Science. 2019. V. 10. №78. P. 780.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

ПРОГРАММА СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ПО ТЕМЕ «ОСОБЕННОСТИ СПРОСА НА УСЛУГИ ПАССАЖИРСКИХ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ ПЕРЕВОЗОК»

Актуальность.

Повышенный спрос на пассажирские железнодорожные перевозки в связи с их безопасностью, экологичностью и дешевизной. Запрос пассажиров на усовершенствование условий передвижения и качества обслуживания.

Проблема исследования.

Предметная сторона: повышение спроса на пассажирские железнодорожные перевозки в связи с повышением цен на другие виды транспорта; несоответствие ожиданий пассажиров и реального предложения пассажирских железнодорожных перевозок.

Гносеологическая сторона: существенный недостаток актуальной, научно достоверной, свободной от оценки социологической информации о спросе на рынке пассажирских железнодорожных перевозок.

Объект (эмпирического) исследования: пассажиры поезда, следующего по маршруту дальнего следования Тында-Кисловодск, следующие в вагонах типа плацкарт и купе, мужчины и женщины в возрасте от 18 лет.

Предмет исследования: особенности спроса на услуги пассажирских железнодорожных перевозок.

Цель исследования: выявить особенности спроса на услуги пассажирских железнодорожных перевозок.

В соответствии с заявленной целью требуется решить следующие **задачи:**

1. Выяснить отношение к пассажирским железнодорожным перевозкам:

1.1 Общее представление о пассажирских железнодорожных перевозках;

1.2 Оценка пассажирами личного опыта пользования пассажирскими железнодорожными перевозками;

1.3 Поведение пассажиров до и во время передвижения на транспорте;

1.4 Отношение к рекламе пассажирских железнодорожных перевозок;

1.5 Отношение к акциям и специальным предложениям;

2. Определить оценку пассажирских железнодорожных перевозок в соотношении с другими видами транспорта:

2.1 Наиболее предпочтительные виды транспорта;

2.2 Необходимые изменения, способные повысить шанс выбора транспорта в пользу железнодорожного;

3. Выявить факторы, влияющие на выбор в пользу железнодорожного транспорта:

3.1 Внутренние факторы, влияющие на выбор в пользу железнодорожного транспорта;

3.2 Внешние факторы, влияющие на выбор в пользу железнодорожного транспорта;

4. Определить уровень удовлетворённости пассажиров качеством предоставляемых услуг:

4.1 Положительные и отрицательные стороны пассажирских железнодорожных перевозок;

4.2 Оценка условий передвижения и качества обслуживания;

4.3 Оценка условий передвижения и качества обслуживания;

5. Определить какие изменения и инновации пассажиры хотят видеть в будущем:

5.1 Необходимость изменений;

5.2 Стратегия усовершенствования;

5.3 Изменения в расписании поездов и в маршрутах.

В соответствии с поставленными задачами сформулированы следующие **гипотезы**:

Гипотеза-основание: спрос на рынке пассажирских железнодорожных перевозок характеризуется сезонностью и поиском наиболее выгодных предложений на рынке пассажирских железнодорожных перевозок.

Гипотезы-следствия:

1. Большинство респондентов положительно относятся к пассажирским железнодорожным перевозкам;
2. Респонденты оценивают пассажирские железнодорожные перевозки крайне положительно относительно других видов транспорта;
3. На выбор в пользу железнодорожного транспорта влияют стоимость проезда, остановки в больших и малых населенных пунктах;
4. В целом пассажиры имеют средний уровень удовлетворенности качеством предлагаемых услуг;
5. Пассажиры хотят видеть такие изменения и инновации как появление новых интересных маршрутов, улучшение качества вагонов, установка душевой кабины в вагонах.

Теоретическая интерпретация понятий.

Безопасность – состояние, при котором не угрожает опасность, есть защита от опасности.

Железнодорожный транспорт – вид наземного транспорта, на котором перевозка грузов и пассажиров осуществляется колёсными транспортными средствами по рельсовым путям.

Индивид – отдельный представитель общества, народа, класса, данной социальной группы.

Интерес – активная направленность человека на различные объекты, освоение которых оценивается им как благо; потребности, выступающие мотивацией поведения индивида.

Качество – совокупность свойств и характеристик продукции или услуги, которые придают им способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности.

Качество обслуживания – это совокупность характеристик процесса и условий обслуживания, обеспечивающих удовлетворение установленных или предполагаемых потребностей потребителя.

Комфорт – совокупность бытовых удобств, уют.

Пассажир – человек, который не является членом экипажа и который перевозится транспортным средством в соответствии с гласным или негласным договором перевозки.

Пассажирские железнодорожные перевозки – транспортные услуги по перемещению пассажира, его ручной клади и багажа железнодорожным транспортом между железнодорожными станциями в пределах отдельного государства по единому проездному (перевозочному) документу, оформленному на весь маршрут следования.

Перемещение – изменение положения кого-либо или чего-либо в определённом направлении.

Спрос – потребность в товарах и услугах, обеспеченная необходимыми денежными и другими платёжными средствами (платёжеспособностью покупателей).

Средства массовой информации – совокупность органов публичной передачи информации с помощью технических средств.

Удовлетворённость – это состояние бытия, при котором человек удовлетворён своим текущим положением и положением дел в своей жизни таким, какое они есть в настоящее время.

Условия – обстановка, в которой протекает что-либо; среда.

Эмоциональная оценка – тип стилистической коннотации, связанный с чувствами человека, неразрывно слитый с оценочностью, экспрессивностью.

Аналитическая операционализация.

Структурная операционализация (см. таблица 18):

Таблица 18 - Структурная операционализация

1. Отношение к пассажирским железнодорожным перевозкам	
1.1 Общее представление о пассажирских железнодорожных перевозках	
- представление о ценах на поезд	По Вашему мнению, цены на билеты на поезд: Высокие Средние Низкие З\о
- представление о качествах пассажирского железнодорожного транспорта	Выберите наиболее характерные черты пассажирского железнодорожного транспорта: <i>(выберите не более 3 вариантов ответа)</i> Безопасность Экологичность Дешевизна билетов Быстрота Комфорт Удобное расписание Другое _____ З\о
- представление о распространённости	Как вы оцениваете уровень распространённости пассажирского железнодорожного транспорта в нашей стране? Высокий уровень Средний уровень Низкий уровень З\о
1.2 Оценка пассажирами личного опыта пользования пассажирскими железнодорожными перевозками	
- оценка личного опыта пользования	Как бы Вы оценили свой личный опыт пользования пассажирскими железнодорожными перевозками по шкале от 1 до 5, где 1 - очень плохо, 5 - отлично? 1 2 3 4 5
- частота пользования железнодорожным транспортом	Как часто вы совершаете поездки на пассажирском железнодорожном транспорте?

	Примерно раз в неделю 2-3 раза в месяц Примерно 1 раз в месяц Раз в 2-3 месяца Раз в полгода Раз в год и реже Никогда или почти никогда З\о
1.3 Поведение пассажиров до и во время передвижения на транспорте	
- взаимодействие с окружающими	Как часто Вы общаетесь со своими попутчиками и соседями в вагоне? Очень часто Часто Редко Очень редко \ никогда З\о
- способ покупки билетов	Как Вы чаще всего осуществляете покупку билетов на поезд? Через интернет В мобильном приложении РЖД В кассе вокзала Затрудняюсь ответить
- приобретение дополнительных услуг	Готовы ли Вы платить дополнительные средства за улучшенный сервис или дополнительные услуги на поезде? Точно да Скорее да Скорее нет Точно нет Затрудняюсь ответить
1.4 Отношение к рекламе пассажирских железнодорожных перевозок	
- информированность о рекламе	Встречалась ли Вам реклама пассажирских железнодорожных перевозок? Да Нет Затрудняюсь ответить
- отношение к рекламе	Как Вы относитесь к рекламе пассажирских железнодорожных перевозок? Полностью положительно Скорее положительно Скорее отрицательно Полностью отрицательно Затрудняюсь ответить
1.5 Отношение к акциям и специальным предложениям	

- необходимость акций	Для Вас важно наличие специальных акций, скидок или программ лояльности при выборе железнодорожного транспорта? Очень важно Скорее важно Скорее не важно Совсем не важно Затрудняюсь ответить
- информированность об акциях	Какие специальные акции, скидки и программы лояльности, предоставляемые при покупке услуг пассажирских железнодорожных перевозок, известны Вам? Программа лояльности «РЖД Бонус» Скидки по промокодам Скидки на билеты для школьников Льготные скидки Скидочная карта Невозвратный тариф Другое _____ Затрудняюсь ответить
- использование акций	Какими из известных Вам акций, скидок и программ лояльности, предоставляемых при покупке услуг пассажирских железнодорожных перевозок, Вы пользовались? Программа лояльности «РЖД Бонус» Скидки по промокодам Скидки на билеты для школьников Льготные скидки Скидочная карта Невозвратный тариф Другое _____ Затрудняюсь ответить
2. Соотношение железнодорожных перевозок с другими видами транспорта	
2.1 Наиболее предпочтительные виды транспорта	
- сравнение видов транспорта	Сравнивая все виды транспорта, какой вид транспорта Вы предпочитаете использовать чаще всего для дальних поездок? Железнодорожный /переход к вопросу номер 10/ Водный Автомобильный Водный

	Затрудняюсь ответить
- наиболее предпочтительный вид транспорта	Выберите в каждой паре тот вид транспорта, который для Вас наиболее предпочтителен: таблица
2.2 Необходимые изменения, способные повысить шанс выбора транспорта в пользу железнодорожного	
- необходимые изменения	Что нужно изменить в железнодорожном транспорте, чтобы Вы стали чаще предпочитать железнодорожный транспорт другим видам транспорта при поездках на дальние расстояния? (выберите не более 3 вариантов ответа) Уменьшить цены на билеты Ускорить передвижение Включить питание в стоимость билета Сделать больше станций в отдалённых населённых пунктах Другое _____ Затрудняюсь ответить
3. Факторы, влияющие на выбор в пользу железнодорожного транспорта	
3.1 Внутренние факторы, влияющие на выбор в пользу железнодорожного транспорта	
- мотивы поездок	Чаще всего Вы совершаете поездки на пассажирском железнодорожном транспорте, чтобы: Съездить по работе Съездить на отдых Навестить родственников Навестить друзей Другое _____ З/о
- дискомфорт при наличии соседей	Наличие соседей доставляет Вам дискомфорт во время поездки? Точно да Скорее да Скорее нет Точно нет Затрудняюсь ответить
- ностальгические воспоминания	Связываете ли Вы поездку на железнодорожном транспорте с определенными приятными воспоминаниями из прошлого? Да Нет

	Затрудняюсь ответить
- доверие железнодорожному транспорту	Вы доверяете или не доверяете безопасности пассажирских железнодорожных перевозок? Полностью доверяю Скорее доверяю Скорее не доверяю Полностью не доверяю Затрудняюсь ответить
3.2 Внешние факторы, влияющие на выбор в пользу железнодорожного транспорта	
- возраст	Укажите Ваш возраст: _____
- пол	Ваш пол? Мужской Женский
- образование	Укажите Ваш уровень образования: Основное общее Среднее общее Среднее профессиональное Неоконченное высшее Высшее
- семейное положение	Состоите ли Вы в браке? Да, зарегистрированный брак Да, незарегистрированный брак Нет, не состою в браке
- уровень доходов	Укажите Ваш уровень материальной обеспеченности: Высокий (материально обеспечен) Средний (малообеспечен) Низкий (беден) Затрудняюсь ответить
- тип вагона	В вагоне какого типа Вы передвигаетесь? Купе Плацкарт
4. Уровень удовлетворённости пассажиров качеством предоставляемых услуг	
4.1 Положительные и отрицательные стороны пассажирских железнодорожных перевозок	
- положительные стороны	Какие из положительных сторон пассажирского железнодорожного транспорта кажутся Вам наиболее важными? (выберите не более 3 вариантов ответа) Удобство, комфорт Дешевизна и доступность билетов

	Безопасность Экологичность Быстрота поездок Приветливый и дружелюбный персонал Другое _____ З\о
- отрицательные стороны	Какие из отрицательных сторон пассажирского железнодорожного транспорта кажутся Вам наиболее важными? (выберите не более 3 вариантов ответа) Неудобное расписание Отсутствие комфорта, грязь, духота Теснота Изношенные, старые кресла \ спальные места Некорректное поведение персонала Отмена маршрутов Другое _____ З\о
4.2. Оценка условий передвижения и качества обслуживания	
- оценка условий передвижения	Как бы Вы оценили условия передвижения на пассажирском железнодорожном транспорте? Таблица
- оценка качества обслуживания	Как бы Вы оценили качество обслуживания на пассажирском железнодорожном транспорте? Таблица
4.3 Удовлетворённость условиями передвижения и качеством обслуживания	
- удовлетворённость условиями передвижения	В целом Вы удовлетворены условиями передвижения на пассажирском железнодорожном транспорте? Да Нет З\о
- удовлетворённость качеством обслуживания	В целом Вы удовлетворены качеством обслуживания на пассажирском железнодорожном транспорте? Да Нет З\о
5. Изменения и инновации, которые пассажиры хотят видеть в будущем	
5.1 Необходимость изменений	

- вкладывание в развитие	Как вы считаете, сегодня следует или не следует вкладывать деньги в развитие пассажирского железнодорожного транспорта? Следует Не следует З\о
5.2 Стратегия усовершенствования	
- выбор эффективной стратегии усовершенствования условий передвижения и качества обслуживания	Что может быть предпринято в качестве эффективной стратегии усовершенствования условий передвижения и качества обслуживания в железнодорожном транспорте? (выберите не более 3 вариантов ответа) Увеличение численности сотрудников Качественная переквалификация сотрудников Современный дизайн интерьера Модернизация пассажирских мест Система кондиционирования во всех поездах Питание, включённое в стоимость каждого билета Другое _____ З\о
5.3 Изменения в расписании поездов и в маршрутах	
- изменения в расписании поездов и в маршрутах	Какие изменения в расписании поездов и в маршрутах Вы бы хотели видеть для повышения удобства и доступности железнодорожного транспорта? Увеличение количества поездов на популярных маршрутах Увеличение частоты движения в ночное время Расширение сети маршрутов и добавление новых направлений Уменьшение времени в пути и повышение скорости движения поездов Другое _____ Затрудняюсь ответить

Факторная операционализация (см. таблица 19):

Таблица 19 - Факторная операционализация

Объективные факторы		Субъективные факторы	
Общие	Специфические	Социально-демографические (ролевые)	Социально-психологические
- напряженная политическая ситуация в регионе - экономическая ситуация в регионе (санкционная экономика) - низкая безработица - низкая зарплата в регионе - преобладание тревожности в массовом сознании - резкая социальная поляризация - общественное мнение под давлением государственного одобрения / неодобрения - высокий уровень образования	- наличие определенных удобств, таких как Wi-Fi, розеток для зарядки устройств и кондиционеров - формат проведения времени в пути: возможность прочесть книгу, поработать на компьютере или просто отдохнуть - удобство расписания - стоимость билетов в равнении с другими видами транспорта - безопасность поездок - уровень комфорта и услуг, предоставляемых на борту поезда	- пол Ваш пол? Мужской Женский - возраст Укажите Ваш возраст _____ - социально-экономический статус Укажите Ваш уровень материальной обеспеченности Высокий (материально обеспечен) Средний (малообеспечен) Низкий (беден) - семейное положение респондента (брак, наличие детей) Состоите ли Вы в браке? Да, зарегистрированный брак Да, незарегистрированный брак Нет, не состою в браке	- уровень комфорта и роскоши Считаете ли вы, что поездка на железнодорожном транспорте может быть эстетически приятной и уютной? Да Нет Затрудняюсь ответить - ностальгия и романтизм Связываете ли вы поездку на железнодорожном транспорте с определенными приятными воспоминаниями из прошлого? Да Нет Затрудняюсь ответить - значимость референтных групп Мнение каких людей является для Вас значимым? Преподаватели Родители Родственники Друзья Одногруппники Коллеги Блогеры Политики Бизнесмены Военные Священнослужители Журналисты Другие люди (напишите, кто именно) _____ - уровень оптимизма

			/ пессимизма Как Вы склонны относиться к происходящему в Вашей жизни? Чаше оптимистично Чаше пессимистично Затрудняюсь ответить
--	--	--	--

Принципиальный (стратегический) план исследования – описательный (качественно-количественное описание характеристик объекта исследования).

Обоснование метода сбора данных и выборки.

В качестве метода сбора данных было выбран опрос в методике индивидуального анкетирования, что обусловлено следующими преимуществами:

1. Оперативность получения информации;
2. Возможность организации массовых исследований и сбора большого объема данных;
3. Небольшая трудоемкость процедур подготовки и проведения исследований, обработки их результатов;
4. Анонимность респондентов повышает объективность и искренность получаемых ответов.

Обоснование выборки.

Тип выборки: стихийная - основной массив 50-70% (поскольку пассажиры поезда сменяют друг друга с некоторой периодичностью).

Объем выборки равен 100 респондентов. Выбран исходя из принципов:

- экономности,
- представительности,
- опыта социологических служб.

Объектом исследования являются мужчины и женщины в возрасте от 18 лет, пассажиры маршрута дальнего следования в вагонах типа плацкарт и купе.

Анкета выдается на самозаполнение всем пассажирам в разных типах вагонов (плацкарт, купе), на определенный промежуток времени, желающие пассажиры заполняют анкету и возвращают заполненные анкеты обратно.

Ошибка аналогичной случайной выборки (при доверительном интервале 95 %) равна: 9,8 %.

Методы анализа данных: описательная статистика, корреляционный анализ. ПО: Excel и SPSS.

ПРИЛОЖЕНИЕБ

Инструментарий (анкета)

Здравствуйте!

Просим Вас принять участие в исследовании, посвящённом изучению особенностей спроса на услуги пассажирского железнодорожного транспорта. Эти данные строго конфиденциальны и будут использоваться для улучшения возможностей предоставления услуг и повышения удовлетворённости пассажиров использованием железнодорожного транспорта. Ваше мнение очень важно для нас!

1. Как часто Вы совершаете поездки на пассажирском железнодорожном транспорте?

- ☐ Примерно раз в неделю
- ☐ 2-3 раза в месяц
- ☐ Примерно 1 раз в месяц
- ☐ Раз в 2-3 месяца
- ☐ Раз в полгода
- ☐ Раз в год и реже
- ☐ Затрудняюсь ответить

2. Как часто Вы общаетесь со своими попутчиками и соседями в вагоне?

- ☐ Очень часто
- ☐ Часто
- ☐ Редко
- ☐ Очень редко / никогда
- ☐ Затрудняюсь ответить

3. Наличие соседей доставляет Вам дискомфорт во время поездки?

- ☐ Точно да
- ☐ Скорее да
- ☐ Скорее нет
- ☐ Точно нет
- ☐ Затрудняюсь ответить

4. Связываете ли Вы поездку на железнодорожном транспорте с определенными приятными воспоминаниями из прошлого?

- ☐ Точно да
- ☐ Скорее да
- ☐ Скорее нет
- ☐ Точно
- ☐ Затрудняюсь ответить

5. Вы доверяете или не доверяете безопасности пассажирских железнодорожных перевозок?

- ☐ Полностью доверяю
- ☐ Скорее доверяю
- ☐ Скорее не доверяю
- ☐ Полностью не доверяю
- ☐ Затрудняюсь ответить

6. Как Вы чаще всего осуществляете покупку билетов на поезд?

- ☐ Через интернет
- ☐ В мобильном приложении РЖД
- ☐ В кассе вокзала
- ☐ Затрудняюсь ответить

7. Как Вы оцениваете уровень распространённости пассажирского железнодорожного транспорта в нашей стране?

- ☐ Высокий уровень
- ☐ Средний уровень
- ☐ Низкий уровень
- ☐ Затрудняюсь ответить

8. Выберите в каждой паре тот вид транспорта, который для Вас наиболее предпочтителен:

☐ Железнодорожный транспорт	☐ Водный транспорт
☐ Водный транспорт	☐ Воздушный транспорт
☐ Воздушный транспорт	☐ Автомобильный транспорт
☐ Автомобильный транспорт	☐ Водный транспорт
☐ Железнодорожный транспорт	☐ Воздушный транспорт
☐ Автомобильный транспорт	☐ Железнодорожный транспорт

9. Сравнивая все виды транспорта, какой вид транспорта Вы предпочитаете использовать чаще всего для дальних поездок?

- ☐ Железнодорожный /переход к вопросу номер 11/
- ☐ Водный
- ☐ Автомобильный
- ☐ Воздушный
- ☐ Затрудняюсь ответить

10. Что нужно изменить в железнодорожном транспорте, чтобы Вы стали чаще предпочитать железнодорожный транспорт другим видам транспорта при поездках на дальние расстояния? (выберите не более 3 вариантов ответа)

- ☐ Уменьшить цены на билеты
- ☐ Ускорить передвижение
- ☐ Включить питание в стоимость билета
- ☐ Сделать больше станций в отдалённых населённых пунктах
- ☐ Другое _____
- ☐ Затрудняюсь ответить

11. Встречалась ли Вам реклама пассажирских железнодорожных перевозок?

- ☐ Да
- ☐ Нет /переход к вопросу номер 13/
- ☐ Затрудняюсь ответить

12. Как Вы относитесь к рекламе пассажирских железнодорожных перевозок?

- ☐ Полностью положительно
- ☐ Скорее положительно
- ☐ Скорее отрицательно
- ☐ Полностью отрицательно
- ☐ Затрудняюсь ответить

13. Выберите наиболее характерные черты пассажирского железнодорожного транспорта: (выберите не более 3 вариантов ответа)

- ☐ Безопасность
- ☐ Экологичность
- ☐ Дешевизна билетов
- ☐ Быстрота
- ☐ Комфорт
- ☐ Удобное расписание
- ☐ Другое _____
- ☐ Затрудняюсь ответить

14. Чаще всего Вы совершаете поездки на пассажирском железнодорожном транспорте, чтобы:

- ☐ Съездить по работе
- ☐ Съездить на отдых
- ☐ Навестить родственников
- ☐ Навестить друзей
- ☐ Другое _____
- ☐ Затрудняюсь ответить

15. По Вашему мнению, цены на билеты на поезд:

- ☐ Высокие
- ☐ Средние

- ☐ Низкие
- ☐ Затрудняюсь ответить

16. Для Вас важно наличие специальных акций, скидок или программ лояльности при выборе железнодорожного транспорта?

- ☐ Очень важно
- ☐ Скорее важно
- ☐ Скорее не важно
- ☐ Совсем не важно
- ☐ Затрудняюсь ответить

17. Какие специальные акции, скидки и программы лояльности, предоставляемые при покупке услуг пассажирских железнодорожных перевозок, известны Вам?

- ☐ Программа лояльности «РЖД Бонус»
- ☐ Скидки по промокодам
- ☐ Скидки на билеты для школьников
- ☐ Льготные скидки
- ☐ Скидочная карта
- ☐ Невозвратный тариф
- ☐ Другое _____
- ☐ Затрудняюсь ответить

18. Какими из известных Вам акций, скидок и программ лояльности, предоставляемых при покупке услуг пассажирских железнодорожных перевозок, Вы пользовались?

- ☐ Программа лояльности «РЖД Бонус»
- ☐ Скидки по промокодам
- ☐ Скидки на билеты для школьников
- ☐ Льготные скидки
- ☐ Скидочная карта
- ☐ Невозвратный тариф
- ☐ Другое _____
- ☐ Затрудняюсь ответить

19. Какие из положительных сторон пассажирского железнодорожного транспорта кажутся Вам наиболее значимыми?
(выберите не более 3 вариантов ответа)

- ☐ Удобство, комфорт
- ☐ Дешевизна и доступность билетов
- ☐ Безопасность
- ☐ Экологичность
- ☐ Быстрота поездок
- ☐ Приветливый и дружелюбный персонал
- ☐ Другое _____

- ☐ Затрудняюсь ответить

20. Какие из отрицательных сторон пассажирского железнодорожного транспорта кажутся Вам наиболее значимыми?
(выберите не более 3 вариантов ответа)

- ☐ Неудобное расписание
☐ Отсутствие комфорта, грязь, духота
☐ Теснота
☐ Изношенные, старые кресла / спальные места
☐ Некорректное поведение персонала
☐ Отмена маршрутов
☐ Другое _____
☐ Затрудняюсь ответить

21. Как Вы считаете, поездка на железнодорожном транспорте может быть эстетически приятной и уютной?

- ☐ Точно да
☐ Скорее да
☐ Скорее нет
☐ Точно нет
☐ Затрудняюсь ответить

22. В целом Вы удовлетворены условиями передвижения на пассажирском железнодорожном транспорте?

- ☐ Точно да
☐ Скорее да
☐ Скорее нет
☐ Точно нет
☐ Затрудняюсь ответить

23. В целом Вы удовлетворены качеством обслуживания на пассажирском железнодорожном транспорте?

- ☐ Точно да
☐ Скорее да
☐ Скорее нет
☐ Точно нет
☐ Затрудняюсь ответить

24. Как бы Вы оценили условия передвижения на пассажирском железнодорожном транспорте по шкале от 1 до 5, где 1 - очень плохо, 5 - отлично?

Температура воздуха в вагоне	1	2	3	4	5	Затрудняюсь ответить
Освещение	1	2	3	4	5	Затрудняюсь

						ответить
Сидячие/спальные места	1	2	3	4	5	Затрудняюсь ответить
Постельное бельё (при наличии)	1	2	3	4	5	Затрудняюсь ответить
Туалет	1	2	3	4	5	Затрудняюсь ответить
Хранение багажа	1	2	3	4	5	Затрудняюсь ответить

25. Как бы Вы оценили качество обслуживания на пассажирском железнодорожном транспорте по шкале от 1 до 5, где 1 - очень плохо, 5 - отлично?

Система регистрации и посадки пассажиров	1	2	3	4	5	Затрудняюсь ответить
Поведение персонала	1	2	3	4	5	Затрудняюсь ответить
Информация о маршрутах, расписании	1	2	3	4	5	Затрудняюсь ответить
Информация о возможных задержках	1	2	3	4	5	Затрудняюсь ответить
Покупка дополнительных услуг во время поездки	1	2	3	4	5	Затрудняюсь ответить
Доступность медицинской помощи	1	2	3	4	5	Затрудняюсь ответить

26. Как бы Вы оценили свой личный опыт пользования пассажирскими железнодорожными перевозками по шкале от 1 до 5, где 1 - очень плохо, 5 - отлично?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

27. Готовы ли Вы платить дополнительные средства за улучшенный сервис или дополнительные услуги на поезде?

- ☐ Точно да
- ☐ Скорее да
- ☐ Скорее нет

- ☐ Точно нет
- ☐ Затрудняюсь ответить

28. Как вы считаете, сегодня следует или не следует вкладывать деньги в развитие пассажирского железнодорожного транспорта?

- ☐ Следует
- ☐ Не следует
- ☐ Затрудняюсь ответить

29. Что может быть предпринято в качестве эффективной стратегии усовершенствования условий передвижения и качества обслуживания в железнодорожном транспорте? (выберите не более 3 вариантов ответа)

- ☐ Увеличение численности сотрудников
- ☐ Качественная переквалификация сотрудников
- ☐ Современный дизайн интерьера
- ☐ Модернизация пассажирских мест
- ☐ Система кондиционирования во всех поездах
- ☐ Питание, включённое в стоимость каждого билета
- ☐ Другое _____
- ☐ Затрудняюсь ответить

30. Какие изменения в расписании поездов и маршрутах вы бы хотели видеть для повышения удобства и доступности железнодорожного транспорта?

- ☐ Увеличение количества поездов на популярных маршрутах
- ☐ Увеличение частоты движения в ночное время
- ☐ Расширение сети маршрутов и добавление новых направлений
- ☐ Уменьшение времени в пути и повышение скорости движения поездов
- ☐ Другое _____
- ☐ Затрудняюсь ответить

Заключительные вопросы

31. В вагоне какого типа Вы передвигаетесь?

- ☐ Купе
- ☐ Плацкарт

32. Ваш пол?

- ☐ Мужской
- ☐ Женский

33. Укажите Ваш возраст (число полных лет):

34. Укажите Ваш уровень образования:

- ☐ Основное общее
- ☐ Среднее общее
- ☐ Среднее профессиональное
- ☐ Неоконченное высшее
- ☐ Высшее

35. Состоите ли Вы в браке?

- ☐ Да, зарегистрированный брак
- ☐ Да, незарегистрированный брак
- ☐ Нет, не состою в браке

36. Укажите Ваш уровень материальной обеспеченности:

- ☐ Высокий (материально полностью обеспечен)
- ☐ Средний
- ☐ Низкий (беден)
- ☐ Затрудняюсь ответить

37. Что из ниже перечисленного для Вас является наиболее важным? (выберите не более 3 вариантов ответа)

- ☐ Семья
- ☐ Карьера
- ☐ Здоровье
- ☐ Деньги
- ☐ Работа
- ☐ Любовь
- ☐ Власть
- ☐ Свобода
- ☐ Патриотизм (любовь к родине)
- ☐ Отношение окружающих
- ☐ Мир, спокойствие
- ☐ Вера
- ☐ Другое _____

Спасибо за участие!

ПРИЛОЖЕНИЕ В

ПРОГРАММА СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ПО ТЕМЕ «ОТНОШЕНИЕ ПАССАЖИРОВ К УСЛУГАМ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ ПЕРЕВОЗОК»

Проблема исследования.

Предметная сторона: несоответствие между ожиданиями пассажиров относительно качества услуг железнодорожных перевозок и реальностью, что приводит к снижению удовлетворенности, лояльности и негативному влиянию на имидж железнодорожной компании

Гносеологическая сторона: недостаток актуальной социологической информации о отношении пассажиров к услугам железнодорожных перевозок.

Объект исследования: отзывы пассажиров поезда 097Э Тында - Кисловодск на сайте отзовик и в приложении Tutu.ru за период с 30.11.2024 по 18.04.2025; комментарии пассажиров и оценки, поставленные пассажирами за поездку. Данные интернет-порталы выбраны ввиду достаточного количества отзывов для обработки.

Предмет исследования: отношение пассажиров к услугам железнодорожных перевозок

Цель исследования: выявить отношение пассажиров к услугам железнодорожных перевозок

В соответствии с поставленной целью были сформулированы следующие **задачи**:

1. Выявить социально-демографические характеристики пассажиров, оставляющих отзывы о поездке.
2. Выявить положительные характеристики железнодорожного транспорта.

3. Выявить отрицательные характеристики железнодорожного транспорта.

4. Выявить положительные личностные качества проводников и начальников поезда 097Э Тында-Кисловодск.

5. Выявить отрицательные личностные качества проводников и начальников поезда 097Э Тында - Кисловодск.

Гипотеза-основание: оставляя комментарии о поезде, пассажиры чаще описывают положительные характеристики: более высокий уровень комфорта, высокое качество обслуживания персонала, удобства доступа к информации о расписании и других услугах, современность и оснащённость вагонов.

Гипотезы-следствия:

1. Отзывы на сайте и в приложении чаще оставляют женщины.

2. Чаще всего упоминаются такие положительные характеристики железнодорожного транспорта как чистота вагонов, своевременность, комфорт и удобство.

3. Чаще всего упоминаются такие отрицательные характеристики железнодорожного транспорта как опоздания, несоответствия температурного режима и старые вагоны.

4. Чаще всего упоминаются такие положительные личностные качества персонала как вежливость, тактичность и отзывчивость.

5. Чаще всего упоминаются такие отрицательные личностные качества персонала как грубость и недобросовестное выполнение обязанностей.

Теоретическая интерпретация понятий.

Безопасность – состояние, при котором не угрожает опасность, есть защита от опасности.

Железнодорожный транспорт – вид наземного транспорта, на котором

Качество – совокупность свойств и характеристик продукции или услуги, которые придают им способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности.

Качество обслуживания – это совокупность характеристик процесса и условий обслуживания, обеспечивающих удовлетворение установленных или предполагаемых потребностей потребителя. Комфорт – совокупность бытовых удобств, уют.

Комфорт – это состояние окружающей среды, при котором человек ощущает уют, может иметь удобный, наиболее безопасный и рациональный доступ к её ресурсам для удовлетворения своих материальных потребностей для нормального функционирования человеческого организма, удовлетворений эстетического наслаждения.

Личностные качества – это характеристики, свойства и особенности личности, которые определяют поведение, мышление, эмоции и взаимодействие человека с окружающей средой.

Ответственность – это обязанность и готовность субъекта отвечать за совершённые действия, поступки и их последствия.

Отзыв – это письменное либо устное высказывание, основанное на выражении личностного эмоционально-оценочного отношения к увиденному, услышанному или пережитому опыту.

Пассажир – человек, который не является членом экипажа и который перевозится транспортным средством в соответствии с гласным или негласным договором перевозки.

перевозка грузов и пассажиров осуществляется колёсными транспортными

Профессиональная характеристика – описательная модель профессии или специальности, определяющая ее место в отрасли, содержание трудовой деятельности, требование к профессиональной подготовке. средствами по рельсовым путям.

Пунктуальность – черта характера человека, подразумевающая чрезвычайную аккуратность, систематическое следование правилам.

Удовлетворённость – это состояние бытия, при котором человек удовлетворён своим текущим положением и положением дел в своей жизни таким, какое они есть в настоящее время.

Эмоциональная оценка – тип стилистической коннотации, связанный с чувствами человека, неразрывно слитый с оценочностью, экспрессивностью.

Аналитическая операционализация.

Структурная операционализация (кодификатор контент-анализа):

Качественные единицы (категории, индикаторы):

1. Социально-демографические характеристики

- мужчина
- женщина
- купе
- плацкарт

2. Положительные характеристики железнодорожного транспорта

- доступность
- безопасность
- комфорт
- возможность путешествовать с багажом
- возможность путешествовать ночью
- экологичность
- соответствие температурного режима
- чистота / порядок

3. Отрицательные характеристики железнодорожного транспорта

- длительность поездки
- задержки
- недостаток комфорта
- проблемы с багажом
- стоимость
- загрязнение
- несоответствие температурного режима

4. Положительные личностные качества персонала

- вежливость и доброжелательность
- компетентность

- ответственность
- пунктуальность
- готовность помочь
- терпение
- профессионализм

5. Отрицательные личностные качества персонала

- грубость и хамство
- некомпетентность
- безразличие
- непунктуальность
- нежелание помогать
- коррупция

Количественные единицы:

1. Единицы контекста:

- название интернет-сайта и мобильного приложения с отзывами
- оценка, выставленная пассажиром
- дата отзыва

2. Единицы счета:

- слова и словосочетания
- объем отзывов (в количестве слов)

Принципиальный (стратегический) план исследования — описательный (качественно-количественное описание характеристик объекта исследования).

Обоснование метода сбора данных и выборки.

В качестве метода сбора данных выбран анализ документов; методика — контент-анализ, поскольку обладает следующими достоинствами:

1. Возможность избежать влияния исследователя на изучаемый объект (высокая объективность и точность);
2. Достижимость и высокая степень надежности данных;

3. Возможность исследовать социальные явления в историческом плане;

4. Изучение больших массивов текстов.

Выборка: отзывы пассажиров поезда 097Э Тында - Кисловодск на сайте отзовик и в приложении Tutu.ru за период с 30.11.2024 по 18.04.2025; комментарии пассажиров и оценки, поставленные пассажирами за поездку. Данные интернет-порталы выбраны ввиду достаточного количества отзывов для обработки.

Методы анализа данных: описательная статистика, корреляционный анализ. ПО: Excel и SPSS.

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

ИНСТРУМЕНТАРИЙ ИССЛЕДОВАНИЯ

Качественные единицы (категории, индикаторы):

1. Социально-демографические характеристики

- мужчина
- женщина
- купе
- плацкарт

2. Положительные характеристики железнодорожного транспорта

- доступность
- безопасность
- комфорт
- возможность путешествовать с багажом
- возможность путешествовать ночью
- экологичность
- соответствие температурного режима
- чистота/порядок

3. Отрицательные характеристики железнодорожного транспорта

- длительность поездки
- задержки
- недостаток комфорта
- проблемы с багажом
- стоимость
- загрязнение
- несоответствие температурного режима

4. Положительные личностные качества персонала

- вежливость и доброжелательность

- компетентность
- ответственность
- пунктуальность
- готовность помочь
- терпение
- профессионализм

5. Отрицательные личностные качества персонала

- грубость и хамство
- некомпетентность
- безразличие
- непунктуальность
- нежелание помогать
- коррупция

Количественные единицы:

1. Единицы контекста:

- название интернет-сайта и мобильного приложения с отзывами
- оценка, выставленная пассажиром
- дата отзыва

2. Единицы счета:

- слова и словосочетания
- объем отзывов (в количестве слов)
- количество отзывов