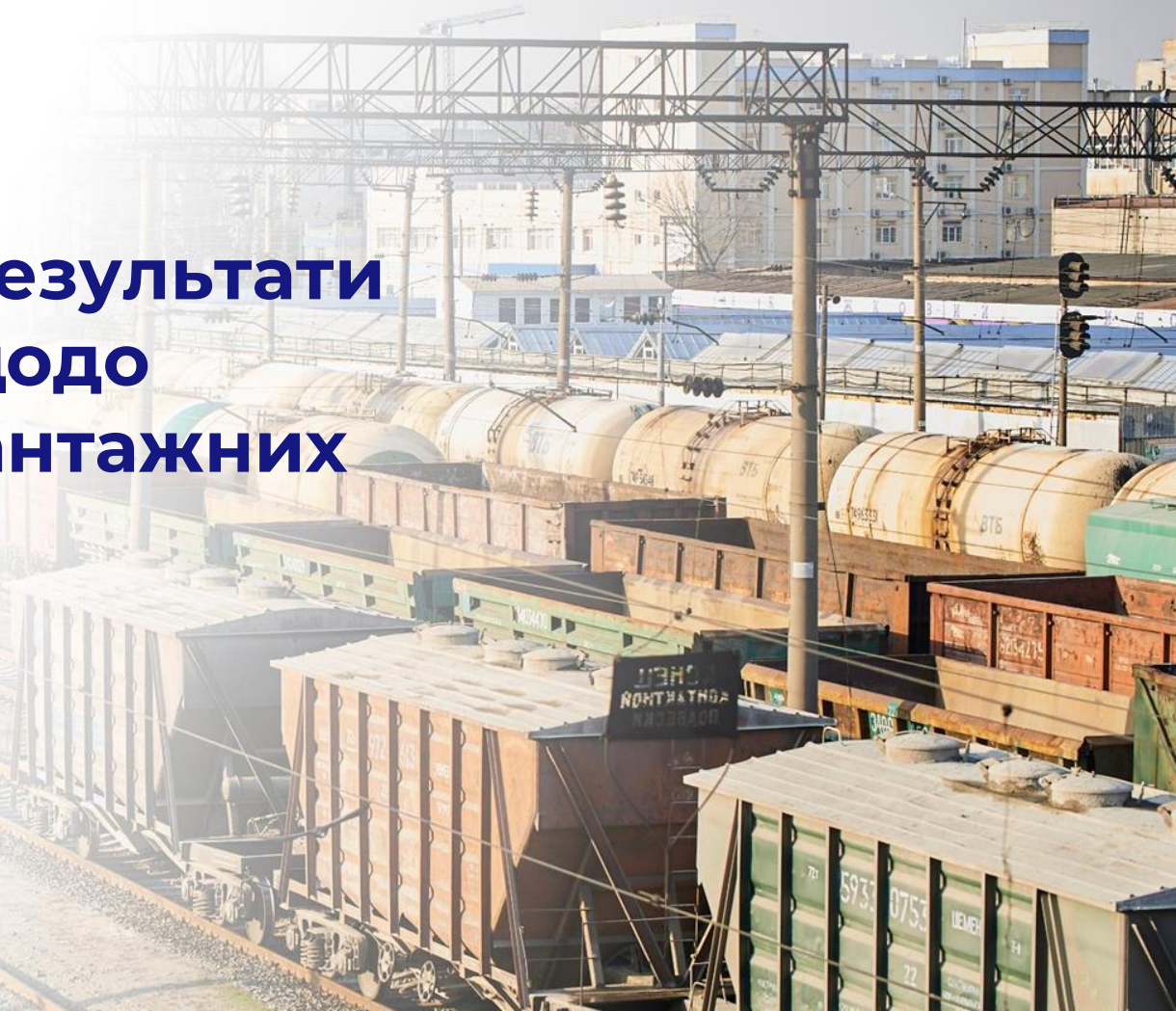




Голос ринку: результати анкетування щодо залізничних вантажних перевезень



Загальний опис



з **06.05.2025 по 14.05.2025** було проведено опитування користувачів залізничного транспорту (оперативний скринінг вантажних перевезень). Надалі такі опитування будуть регулярними – щоквартально. Розглядається можливість проведення опитувань під егідою RST при Мінрозвитку.

ГОЛОВНА МЕТА:

оцінка операційної ефективності «Укрзалізниці», виявлення нагальних і систематичних проблемних питань, покращення взаємодії клієнтів і Укрзалізниці.



РЕСПОНДЕНТИ ОПИТУВАННЯ були розділені на 10 основних груп за родами вантажів та середньомісячними обсягами перевезень



МЕТОД ПРОВЕДЕННЯ: опитування проводилось за допомогою Google Форми. Посилання на опитування було надіслано всім клієнтам, з якими Укрзалізниця має договірні відносини в частині організації вантажних перевезень. Також посилання на анкету було розміщено на офіційних сайтах АТ «Укрзалізниці» та філій, е-Порталі, у профільних групах та індивідуально направлено основним відправникам



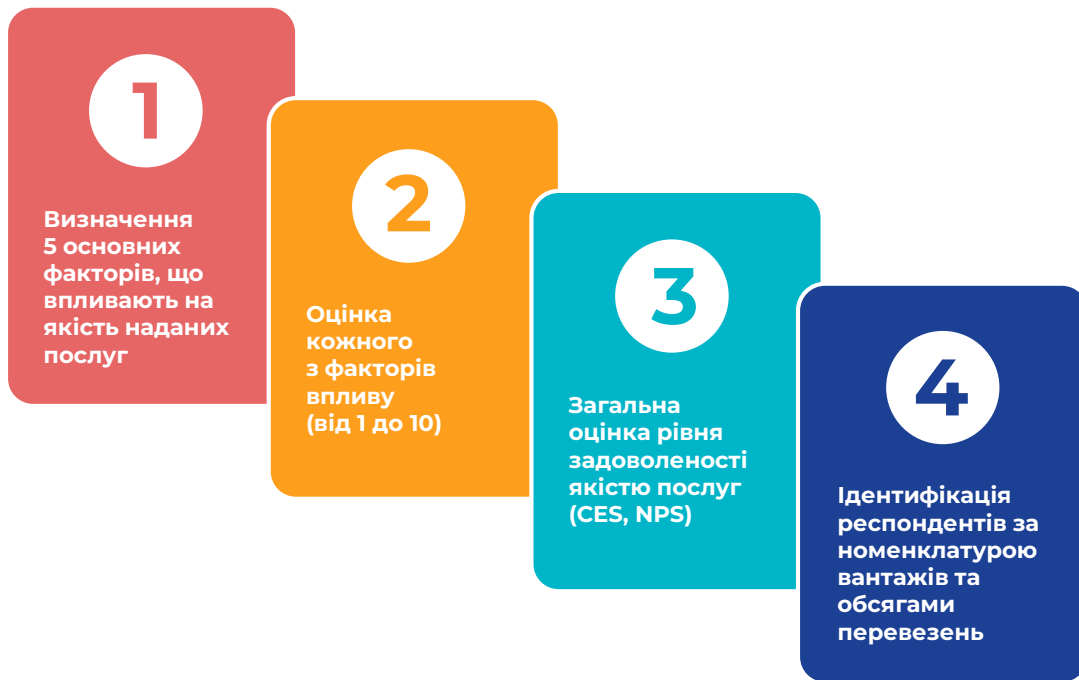
НАПРЯМКИ ДОСЛІДЖЕННЯ: визначення основних факторів, що впливають на якість наданих послуг. Визначення загальної оцінки рівня задоволеності якістю послуг.

Структура

Опитувальник розділений на 4 основні блоки. У блоках 2 і 3 респондентам запропоновано залишити додаткові коментарі та пропозиції до зазначених питань.

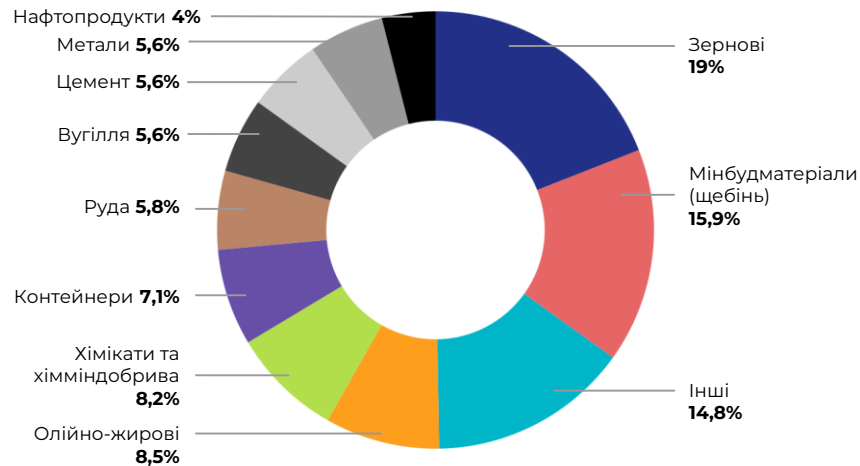
Для оперативного прийняття управлінських рішень була надана можливість залишити за бажанням назву компанії / код відправника.

Відповіді на всі питання (окрім додаткових коментарів) – обов'язкові.

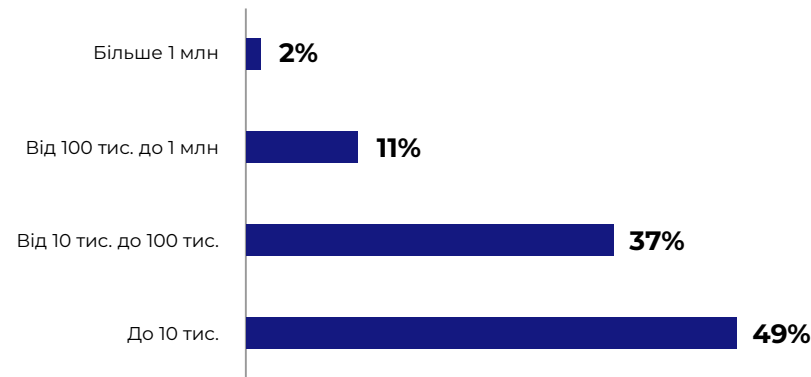


Ідентифікація респодентів за номеклатурою вантажів та обсягами перевезень

Основні вантажі, що транспортуються респондентами



Середньомісячні обсяги перевезень вантажів респондентів



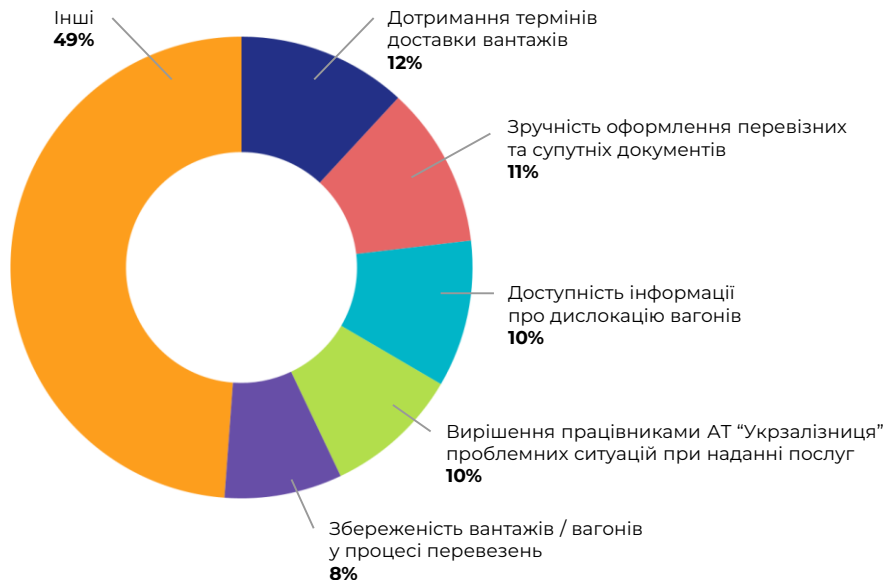
Участь в опитуванні взяли 227 респондентів

(19% із них – відправники зернових вантажів, 16% – мінбудматеріалів)

БЛОК 1. 5 основних факторів, що впливають на якість наданих послуг



За результатами опитування респонденти виділили 5 основних (із запропонованих) факторів, які, на їхню думку, найбільше впливають на якість наданих послуг.



На першому місці – дотримання термінів доставки вантажів (12%);

на другому – зручність оформлення документів (11%);

на третьому – доступність інформації про дислокацію вагонів (10%);

на четвертому – вирішення проблемних ситуацій (10%);

на п'ятому – збереженість вантажів / вагонів у процесі перевезень (8%).

БЛОК 2. Середній бал оцінки основних факторів, що впливають на якість надання послуг



Висновки результатів оцінювання основних факторів

Найвищий бал отримали такі фактори:

- «Зручність оформлення перевізних та супутніх документів у процесі перевезення» – **7,6**;
- «Зручність роботи в інформаційних системах АТ “Укрзалізниця”» – **7,2**;
- «Достовірність і своєчасність взаєморозрахунків за надані послуги» – **7,1**.

Найнижчий бал отримав критерій «Гнучкість ціноутворення на послуги перевезення та супутні послуги товариства» – **4,6**.

Найменший бал (2,8) виставили респонденти, які транспортують аграрні вантажі, найбільший (6,9) – метали.

Слід зазначити, що фактор «Дотримання термінів доставки вантажів» (який респонденти виділили як основний, що впливає на якість надання послуг) був оцінений на 5,6.

Найменший бал (3,8) виставили респонденти, які транспортують аграрні вантажі, найбільший (7,0) – метали.

Додаткові коментарі респондентів



Некомпетентність,
безвідповідальність працівників
станцій (товарні контори, чергові по
станціях)

Часті крадіжки зерна у
вагонах на ділянці біля
фланги, роками крадуть –
дії О

Важко знайти спеціалістів, які знають
свою роботу й можуть надати
інформацію з різних питань, пов'язаних із
залізницею

Комунікація з УЗ
(працівниками на місцях)
практично відсутня

Формальний підхід при
нарахуванні та стягненні платежів

Тарифи та сервіси УЗ абсолютно
не відповідають вимогам ринку

Відсутні
прозорість
і комунікація
з ринком

Додаткова відповідальність
перевізника за недотримання
термінів доставки вантажів

Бажаємо бачити більшу
клієнтоорієнтованість з
боку Укрзалізниці

У роботі допомагають тільки
якщо є окремі зв'язки

Хотілося, щоб більш оперативно
опрацьовували запити від клієнтів

Якщо в загальному, то
клієнтоорієнтованість "нуль".
УЗ не зацікавлена в тому, щоб
до неї приходили клієнти

БЛОК 3. Загальна оцінка рівня задоволеності якістю послуг Customer Effort Score (CES)



CUSTOMER EFFORT SCORE (CES) – це показник оцінки зусиль клієнта. Допомагає зрозуміти, наскільки складною є взаємодія з вашим бізнесом при замовленні товару або послуги.

*CUSTOMER EFFORT SCORE (CES) = 6,01**

РЕЗУЛЬТАТИ

За результатами дослідження взаємодія респондентів з компанією була оцінена на **6,01**.

Чим легшою була взаємодія для клієнта, тим вищий бал CES, а отже, більша ймовірність лояльності до бренду.

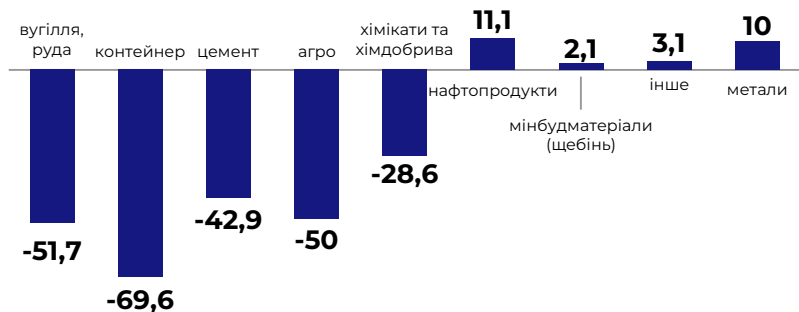


* Показник CES (Customer Effort Score) розраховується шляхом ділення суми всіх індивідуальних балів CES на загальну кількість відповідей на опитування.

БЛОК 3. Загальна оцінка рівня задоволеності якістю послуг Net Promoter Score (NPS)



NET PROMOTER SCORE (NPS) – це індекс лояльності клієнтів, за допомогою якого визначається прихильність споживачів товарів чи послуг до того чи іншого бренду чи компанії.



РЕЗУЛЬТАТИ. Індекс готовності рекомендувати – негативний, тобто більша кількість респондентів не рекомендує співпрацю з компанією. Позитивний результат був лише в респондентів, які перевозять нафтопродукти, мінбудматеріали, метали та інше.

NET PROMOTER SCORE (NPS) = - 27%*



NPS = (кількість промоутерів – кількість критиків) / Кількість респондентів x 100 %

0-6: критики. Саме ті користувачі, які мають найменшу лояльність до компанії, мають негативний досвід і готові залишати гнівні відгуки й завдати шкоди репутації.

7-8: нейтралі. Аудиторія користувачів, які не критикують, але й не рекомендують бренд іншим. У них немає емоційної прихильності до вашої компанії, і в будь-який момент вони готові піти до конкурента, якщо їхня пропозиція виявиться вигіднішою.

9-10: промоутери. Ці клієнти є справжніми фанатами бренду й підтримують його позитивний імідж. Вони найохочіше залишають відгуки та рекомендації для компанії.

**Показник NPS розраховується шляхом віднімання відсотка промоутерів від відсотка критиків*

1. На скільки Ви оцінюєте гнучкість ціноутворення АТ “Укрзалізниця” та відповідність ринковим умовам (тариф, вартість супутніх послуг)

Оцінка: 4,6

1. Короткострокові ініціативи

- **Підвищення гнучкості при ціноутворенні на послуги перевезення у вагонах Укрзалізниці.** Забезпечення через систему Prozorro.Продажі реалізації вагонів-зерновозів, піввагонів та іншого рухомого складу з різним горизонтом продажу (від 1 до 6 місяців). Реалізація за довгостроковими договорами.
- **Гнучкість при ціноутворенні на термінальні та інші логістичні послуги.** Напрацювання пропозицій щодо ціноутворення на комплекс послуг (пакетні послуги) для актуальних клієнтських сервісів, зокрема організацію перевезень вантажів та надання супутніх послуг.
- **Міжтермінальна логістика.** Надання знижки на вагони Укрзалізниці при перевезенні між терміналами ЦТС “Ліски” та при перевезенні з ЦТС “Ліски” до морських портів і західних переходів.

1. Довгострокові ініціативи

- **Вдосконалення тарифікації перевезення вантажів.** Довгострокова прогнозована індексація тарифів, уніфікація тарифів, надання знижок при маршрутних відправках.

- 2. Своєчасність і доступність інформування про події з вагоном / вантажем під час перевезення**

Оцінка: 5,2

- 3. Доступність інформації про дислокацію вагонів**

Оцінка: 5,2

Пришвидження інформування про затримки вагонів, вантажів.

Впровадити в є-Портал УЗ Карго функцію автоматичного інформування вантажовідправника / одержувача щодо затримок вантажу / вагона на шляху прямування, зокрема й щодо причин таких затримок відповідно до оформлених актів.

Зазначена інформація надається Укрзалізницею на платній основі. Відкриті до пропозицій щодо вдосконалення цього процесу.

Дотримання встановлених термінів доставки вантажів перевізником

Оцінка: 5,6

1. Розглянути можливість доставки окремих вантажів зі збільшеною швидкістю за умови підвищення тарифу на перевезення.
2. Впровадження функції інформування відправника про строк прибуття вантажу (наразі за умови маршрутних відправок).
3. Опрацювати з Мінрозвитку питання скасування наказу Мінінфраструктури від 29.07.2022 №571, який запроваджений на період дії воєнного стану та стосується обчислення термінів доставки на залізничному транспорті. За умови визначення окремих форс-мажорних випадків, які звільняють Укрзалізницю від відповідальності (блокування портів, західних переходів, руйнування критичних елементів інфраструктури).

Оперативність і якість вирішення працівниками АТ "Укрзалізниця" проблемних / нестандартних ситуацій при наданні послуг

Оцінка: 5,9

1. Перезапуск CRM-системи контакт-центру.
2. Впровадження єдиного вікна для вирішення проблем клієнтів. Організувати всю комунікацію з клієнтами через контакт-центр.

ВИСНОВКИ ТА НАСТУПНІ КРОКИ

- 1 Розроблено 11 конкретних заходів для реалізації плану
- 2 Визначено конкретні терміни та відповідальних за реалізацію заходів
- 3 Послідовне впровадження всіх пунктів плану для досягнення максимального ефекту
- 4 Проведення аналогічного опитування один раз на квартал
- 5 Проведення Workshop з IT-фахівцями щодо покращення сервіс

Відновлення онлайн-сервісів для вантажних клієнтів



23 березня 2025 року відбулася масштабна кібератака на інформаційні ресурси Укрзалізниці, яка зупинила всі клієнтські онлайн-сервіси. Наразі компанія відновила всі сервіси.

01.04.2025

Повернуто з обмеженнями можливість оформлювати перевізні та інші документи в електронному вигляді.

18.04.2025

Відновлено працездатність АСК ВП УЗ-Є в повному обсязі. Почався процес відновлення інформаційних моделей (дислокація вагонів, локомотивів тощо).

25.04.2025

Перейдено на повний електронний документообіг (відмовилися від паперових документів). У цей же період була відновлена працездатність підсистем є-Портал УЗ-Карго, АС “Месплан”, Електронна картотека клієнтів та ін.

!Проблемні питання: триває обробка всіх перевізних документів, які були створені в паперовому вигляді під час простою системи.



**Амбітна ціль до кінця 2025 року:
CES – 6,5 та позитивний показник NPS**