

УДК 338.47

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/168-10>

Зарбалізаде Е.

аспірант кафедри менеджменту,  
Національний транспортний університет  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2093-9296>Zarbalizade Elmaddin  
National Transport University

## ПОРІВНЯННЯ СПОЖИВЧОЇ ЦІННОСТІ ПОЇЗДОК ПРИВАТНИМ АВТОМОБІЛЕМ І ТРАНСПОРТОМ ЗАГАЛЬНОГО КОРИСТУВАННЯ У ПРИМІСЬКОМУ СПОЛУЧЕННІ

У статті розглянуто зміст транспортного обслуговування, а також чинники, що визначають його якість та якість транспортної послуги як елементу транспортного обслуговування. Досліджено питання споживчого рішення щодо вибору способу переміщення в просторі, а саме про вибір виду приватного або приміського громадського транспорту, що ґрунтується на очікуванні людиною споживчої цінності поїздки. Споживча цінність приміських перевезень розглядається як результат взаємодії пасажира з перевізником. На підставі попередніх досліджень, а також власного досвіду автора сформовано та розкрито зміст та елементи споживчої цінності приміських поїздок транспортом загального користування та приватним автомобілем, що ґрунтуються на перевагах та жертвах пасажира.

**Ключові слова:** споживча цінність, приміські пасажирські перевезення, транспортне обслуговування, складники споживчої цінності, задоволення клієнта, рішення споживача.

## CONSUMER VALUE COMPARISON OF PRIVATE VEHICLES AND PUBLIC TRANSPORT IN SUBURBAN TRANSPORTATION

The consumer's decision on the choice of a way to move in space, but directly in this article on the choice of the type private or suburban public transport, is based on the person's expectation of the consumer value of the trip, which will have a certain size and content. Consumer value for suburban transportation – as a result of the interaction of the passenger with the carrier. The elements of the consumer value for suburban passenger transportation by public transport are shown in general. With the help of previous research in this area, as well as the author's own experience, the elements and content of the consumer value, commuter travel by public transport and private car, are further formed and revealed. The elements of consumer value consist of the preferences and sacrifices of the passenger. The article aims to use more modern and universal approaches to shaping the consumer value content and components of commuter travel. This set-up should be based on a sequence of modern scientific and practical approaches to the core of SC services. Methods of synthesis and analysis, induction and deduction, and generalization are used in the study (to determine the content of public transport and suburban transport by private vehicle and the elements of consumer value). A positive result of the interaction between passenger and carrier is the guarantee of more active use of public transport services by the consumer. In addition to increasing the consumer value of such services, it will encourage consumers to abandon the use of private transport for the public benefit. A well-thought-out policy on the tariff plan, improving the comfort and quality of services provided by public transport helps to attract the maximum number of passengers who use public transport and also attaches great importance to the economic effect of the consumer value of suburban travel by public transport. The results of the study can be applied in favor of reducing the use of a large number of private transports, which will enable the formulation and implementation of policies to protect the environment and the environmental situation.

**Keywords:** consumer value, suburban transport, transportation service, customer satisfaction of consumer value, consumer decision.

**JEL classification:** R41

**Постановка проблеми.** Споживче рішення про вибір способу переміщення у просторі, а безпосередньо у цій статті про вибір виду приватного або приміського громадського транспорту, ґрунтується на очікуванні людиною споживчої цінності (далі – СЦ) поїздки, яка матиме певну величину і зміст.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** За останні сто років кількість прикладних і фундаментальних досліджень у сфері транспортного обслуговування збільшилася в геометричній прогресії. Даній проблематиці присвячено роботи О. Бакалінського, В. Вучика, Дж. Вордропа, В. Герасименко, Т. Мельник, Г. Мішри, П. Мохтаріан, С. Петровської, Дж. Стеддона, Е. Сафронова, А. Чоудхурі та ін. Проте науковцями елементи СЦ приміських пасажирських перевезень громадським транспортом показано узагальнено.

Науково-технічний прогрес зробив новий внесок у концепції цінності у загальній психології споживача. Автор зачіпає цю тему, оскільки СЦ у приміському транспорті також є частиною цих спільних цінностей.

**Мета статті** полягає у використанні більш сучасних і універсальних підходів до формування змісту споживчої цінності приміських поїздок та її складових елементів. Таке формування має базуватися на основі впорядкування сучасних наукових і практичних підходів до сутності СЦ-послуги.

**Виклад основного матеріалу.** СЦ приміської поїздки громадським транспортом (рис. 1) складається з переваг пасажира (якість послуг, соціальні ефекти, економічні ефекти, психологічні ефекти) та жертв (грошових і негрошових).



Рис. 1. Зміст СЦ приміських поїздок громадським транспортом

Джерело: розроблено автором

Переваги клієнта можуть перетворюватися на жертви, і навпаки. Проте під час вимірювання це не матиме значення: таку амбівалентність урахують за допомогою відповідних методик побудови шкал [1].

Оскільки приміська поїздка приватним автомобілем здійснюється фактично «від дверей до дверей» і саме з її СЦ людина буде порівнювати цінність переміщення із залученням приміського транспорту, до набору елементів слід включати всі, що відповідають транспортному обслуговуванню, а не його окремим послугам. До сервісного етапу «поїздки» додаються стадії планування поїздки, очікування та пересадки.

Транспортне обслуговування – послідовне (іноді одночасне) надання транспортних послуг під час переміщення людини в просторі між двома заданими нею

точками. До нього входять послуги з переміщення, інформаційні, здійснення пересадок, перевезення багажу. Далі з контексту роботи буде зрозуміло, що саме маєтись на увазі – транспортне обслуговування чи окрема транспортна послуга.

Якість транспортної послуги є доволі складною категорією, що зумовлюється як відмінностями послуги від товару, так і специфічними особливостями транспортної послуги. Ці особливості проявляються у такому:

– процеси виробництва і споживання транспортної послуги співпадають у часі та просторі, тому якість транспортної послуги створюється на кожному етапі вироблення й остаточно формується на останньому, виражаючи підсумок діяльності з транспортного обслуговування клієнта;

– споживач транспортної послуги виступає її спів-виробником, завдяки чому клієнт оцінює рівень якості послуги на кожному її етапі, порівнюючи зі своїми вимогами та очікуваннями, і таким чином впливає на якість послуги та її якість;

– якість транспортної послуги закладається ц процесі транспортного виробництва, а кінцево оцінюється споживачем після його завершення. При цьому в ході надання транспортної послуги її характеристики можуть змінюватися відповідно до потреб клієнта, тоді якість, закладена у виробничий процес, відрізняється від остаточної якості.

За таких умов роль маркетингових досліджень із виявлення вимог споживача набуває особливого значення, інакше остаточна якість не відповідатиме потребам і запитам її споживача. Ураховуючи, що транспортне обслуговування сприймається клієнтом як певний набір послуг, відповідним чином потрібно трактувати її якість [2].

До якості транспортного обслуговування включено: доступність, надання транспортної інформації, турботу про пасажирів, комфорт, безпеку, вплив на навколишнє середовище.

До елементів переваг додано соціальні та екологічні ефекти. Жертвами вважатимемо грошові, часові та психологічні чинники, фізичну втому.

Під доступністю перевезень матимемо на увазі лише її географічний аспект – відстань до зупинки, з якої починається (закінчується) подорож.

Транспортна інформація чинить значний вплив на транспортну поведінку людини під час планування подорожі [3]. Через пересадки транспортна інформація є особливо важливою у приміському сполученні. Вона має бути відповідною, актуальною, достовірною та своєчасною. Пасажирів хвилюватимуть читабельність розкладів, зрозумілість схем руху, наявність об'єктів про наступну зупинку.

Турбота про пасажирів полягає у наданні йому послуг-доповнювачів та послуг, що підсилюють основну. Послуга-доповнювач забезпечує покупку та надання основної послуги (основна – перевезення з однієї точки простору в інший, доповнювач – продаж квитків, перевезення багажу тощо). Послуга-підсилювач покликана збільшити ймовірність продажу основної послуги або сервісу-доповнювача. Удале надання послуг-підсилювачів збільшить попит на основну чи доповнювач, а невдале (або ненадання) не змінить ймовірності продажу (послуги-підсилювачі – трансляція музики або відеоконтенту, розповсюдження преси, харчування у дорозі).

Турботу про пасажирів великою мірою забезпечує персонал перевізника. Його ввічливість, охайність та готовність допомагати є критеріями, які відображено також у шкалі SERVQUAL [4].

Оскільки підзарядка електронних пристроїв забезпечує оснащення пасажирів до очікування транспортного засобу [5] та корисну витрату часу під час перебування у ньому, додамо її ефект до елементів СЦ (це послуга-підсилювач). Так, на зупинках міського транспорту, у вагонах поїздів, у пересадкових вузлах розвинених країн розміщують відповідне обладнання. Через відсталість транспортної інфраструктури міст України технічна можливість у кожному конкретному випадку показує, додавати цей елемент до змісту СЦ чи ні.

Послуги-доповнювачі, які спрямовано на зручність оплати проїзду та уніфікацію проїзних документів, сприяють зменшенню витрат часу пасажирів, полегшенню психологічного навантаження.

Комфорт людини є комплексною характеристикою, яка містить близько двох десятків критеріїв-показників [6]. Варто зауважити, що в транспорті людина часто зважає на них тоді, коли величини цих показників виходять за межі загальноприйнятих норм. Фактично людина розуміє, що через груповий спосіб задоволення потреби в переміщенні перевізник не може забезпечити умови поїздки, які мали б індивідуальне пристосування.

Комфорт поїздки в приміському сполученні складатиметься з комфорту очікування, пересадок та перебування в транспортному засобі. Прийнятність місць очікування забезпечується за рахунок підтримання чистоти, облаштування захисту від негоди, місць для сидіння. Під час аналізу комфорту пересадки до цих характеристик варто додати протяжність пішохідного переміщення між зупинками транспорту.

Перебування пасажирів в транспортному засобі привертає найбільшу увагу дослідників. Так, у роботі [7] пропонується розлогий перелік показників. Відберемо основні: температура повітря, зручність облаштування сидіння, зручність місць стояння, чистота. До них додано показник заповненості салону, оскільки тиснява (разом із більшими втратами часу) є основними завадами переходу на користування громадським транспортом [8; 9].

Створення у салонах транспортних засобів можливостей користуватися електронними пристроями сприятиме зменшенню відчуття у пасажирів даремної втрати часу. Такі можливості забезпечуються відповідним рівнем освітлення (електронні книжки), вібрації (смартфони), шуму (прослуховування музики).

Пасажири відчувають важливість безпеки перевезень, як правило, тоді, коли виникають небезпечні ситуації. Із погляду пасажирів безпека виступає показником психологічного комфорту людини. Також варто розрізняти безпеку власне перевезення і безпеку очікування та пересадок. За спрямуванням на об'єкт можна виділити безпеку людини та її майна. Основним чинником безпеки є транспортний засіб, стан колії або дорожнього покриття, криміногенна ситуація.

Згубний вплив на довкілля пасажирів розглядатиме у двох площинах. По-перше, на його самопочуття можуть впливати смог та шум безпосередньо (вони відчуються тут і зараз). По-друге, людина може зважати на віддалені екологічні ефекти руху транспорту. У таких випадках вплив на її поведінку (рішення) здійснюється через етичні установки.

Соціальними ефектами приміських перевезень можуть бути: досягнення різноманітних позатранспортних цілей поїздки, спілкування протягом неї, реалізація статусу тощо. Переважна більшість цілей приміських перевезень лежить у сфері трудової діяльності, навчання або поїздок за місто у вихідні дні тижня.

Прояви соціальних ролей (статусів у дії) є важливими мотивами за спроб переключення мешканців передмість на поїздки громадським транспортом на заміну приватних автовок. Відомо, що важливими мотивами використання автомобіля є підтвердження статусу водія [10].

Спілкування протягом поїздок є звичним явищем для пасажирів-commuters. Часто люди роками користу-

ються одним маршрутом та через синхронність їхніх дій під час поїздок на роботу або навчання потрапляють у звичне коло співрозмовників. Окрім того, пасажирів можуть усвідомлено об'єднуватися в коло спілкування та подорожувати разом.

Перейдемо до наповнення набору елементів жертв пасажирів під час приміських поїздок. Грошові витрати можна поділити на прямі (придбання проїзних документів) та непрямі (зміна маршруту зі збільшеною оплатою за проїзд, оплата багажу, оплата транзакцій – застава за електронну картку). Проте ціна послуги з перевезення не є найважливішим чинником отримання задоволення, крім того, вона не діє на задоволення прямим чином [11].

Найбільш суттєвими жертвами пасажирів, який подорожує у приміському сполученні, є не витрата грошей, а втрата часу. Приведемо на підтвердження такої думки результати дослідження [12]. Час, що згаяла людина, яка не проводить ніякої корисної діяльності під час переміщення до міста, є назавжди втраченим ресурсом. Фактично до часу, який зазвичай витрачають городяни на поїздку містом, у мешканців передмість додається час переміщення з поселень, розташованих в агломерації, до міської смуги. Завжди виникає питання щодо компенсаторів такої втрати: чи варто жити за містом з огляду на витрати зайвого часу?

Бюджети часу на переміщення [13]. Важливим є сукупний час переміщення «від дверей до дверей» та його структура, до якої входять час очікування, час на пересадку, час перебування у салоні транспортного засобу. Збір у синхронізації етапів поїздки призводить до збільшення її сукупної тривалості, яка також залежить від інтеграції розкладів різних маршрутів та видів транспорту.

Якщо витрати часу, до яких звик пасажир, будуть перевищені, це викликатиме незадоволення, отже, під час дослідження в такому разі варто враховувати ставлення людини.

До жертв пасажирів, які породжують у приміському сполученні, відносять психологічну втому від поїздок, неспокій за відчуття цейтноту; підтримання уваги щодо безпеки; необхідність дотримуватися правил перевезень; несприйняття неприємних пасажирів-сусідів, вербальні й окулістичні контакти з ними.

Фізична втома є наслідком витрати людиною зусиль на взаємодію з транспортом та інфраструктурою. Її породжують тривале очікування в незручних умовах, погане облаштування сидячих місць, тиснява, тривалі піші частини маршруту тощо.

Сформуємо зміст СЦ приміської поїздки приватним автомобілем (рис. 2).

Оскільки спеціальних досліджень, що були б присвячені саме СЦ приміських поїздок приватним автомобілем, у край мало [10], а заходи з переключення водіїв на поїздки транспортом знаходяться під значним впливом ситуаційних чинників (як із боку транспортної інфраструктури, так і з боку залежних від самого власника автомобіля), виокремити елементи цінності з літературних джерел не вдалося.

Для цього було проведено фокус-групу [14] – групу дискусію з обговорення чинників впливу поїздки на задоволення водіїв. До фокус-групи увійшли дев'ять працівників і студентів Національного транспортного університету, які подорожують на роботу і навчання як приватним автомобілем, так і громадським транспортом, змінюючи їх час від часу залежно від обставин.

Сценарій та питання, що розглядалися, було підготовлено заздалегідь із використанням відомостей щодо елементів СЦ, які були знайдені у літературі.

У результаті обговорення було відібрано елементи – складники СЦ. До переваг увійшли: комфорт поїздки автомобілем, збереження приватного простору, можливість слухати музику, географічна доступність способу переміщення, підтвердження суспільного статусу, емоції від керування та зміни вражень від картинки за вікном. До жертв належать: грошові і часові витрати, психологічна та фізична втома, безпека.

Розглянемо зміст переваг. Автомобіль забезпечує найбільший рівень комфорту, який складається з таких основних елементів, як температура повітря, зручність сидіння, привабливість інтер'єру.

Важливою причиною використання приватних автомобілів називають [15] збереження приватності життя, яка забезпечується не лише в місці, де мешкає людина, а й під час переміщення у просторі.

Можливість слухати музику або програми радіо без навушників створює (особливо для любителів) ілюзію, що час поїздки не є втраченим. Насправді прослуховування музики в автомобілі є вимушеною дією, проте вибір музичного твору і параметри прослуховування залишаються повністю підконтрольними людині.

Людина, яка мешкає у передмісті, стикається порівняно з городянами з меншою кількістю проблем, що пов'язані з паркуванням автомобіля поблизу оселі. У приватних будинках є спеціально виділене місце. Нові багатоквартирні будівлі у передмісті мають парковки, а вулиці міст-супутників є менш завантаженими і допускають безкоштовне паркування. У такому контексті географічна доступність приміських поїздок переважає пропозицію громадського транспорту. Проте паркування в місті або в пункті пересадки на громадський транспорт є складністю, що супроводжує цей спосіб переміщення.

В останній час з'явилося кілька ґрунтовних досліджень щодо прихованих мотивів володіння і використання приватного автомобіля, а також поїздок громадським транспортом [16]. Підтвердження соціального статусу є одним із них. Проте сила його впливу на транспортні рішення як частину транспортної поведінки людини і механізми дії не видаються очевидними та розкритими.

Ще одним мотивом використання автомобіля є задоволення від керування (прояв мотиву влади) та проїзду цікавими місцями. Якщо поїздка містом потребує концентрації уваги на керуванні, то приміська подорож дає можливість водію спостерігати не лише за дорожньою обстановкою, а й відчути керованість транспортного засобу та емоції від зміни пейзажу за вікном.

Найважливішими жертвами водія прийнято вважати грошові і часові витрати [17]. Проте лише вони не пояснюють усю багатогранну транспортну поведінку мешканців мегаполісу.

Грошові витрати власника приватного автомобіля, який використовує його у приміських поїздках, можна поділити на змінні (паливо, паркування, плата доріг, оплата в'їзду, мийка, технічне обслуговування, втрата вартості внаслідок експлуатації, ремонт); одноразові (податок під час реєстрації, вартість реєстраційних процедур, оплата внаслідок нестрахової ДТП, вартість додаткового обладнання автівки); умовно-постійні





Рис. 2. Зміст СЦ приміських поїздок приватним автомобілем

Джерело: розроблено автором

(оплата зберігання – гаражу; страховка). Сила впливу цих витрат на рішення щодо поїздки автомобілем або громадським транспортом є різною.

Часові витрати часу в приміських поїздках приватним автомобілем складаються з часу, який необхідний, щоб дістатися від оселі до місця зберігання автомобіля, на паркування, власне поїздки. Вагомим ризиком водія, як і пасажира наземного транспорту, залишається можливість втрати зайвого часу через затор. Незважаючи на те що затори збільшують загальну тривалість поїздки (елемент «загальна тривалість поїздки» його відображає), таке перевищення варто виокремити.

Фізична втома після поїздки у водія є меншою порівняно з пасажиром, але психологічна може виявитися більш суттєвою. Остання виникає внаслідок відчуття цейтноту, небезпеки, пов'язаної з ДТП, необхід-

ності шукати місце паркування, складної дорожньої ситуації, перебування в заторі.

Таким чином, сформовано сутність СЦ приміських поїздок громадським транспортом або приватним автомобілем, за якими під час проведення анкетування чи інтерв'ю формулюватимуться відповідні питання.

**Висновки.** Свій вибір способу переміщення приватним чи громадським транспортом споживач здійснює залежно від своїх очікувань, психологічного, економічного, соціального чинників. Позитивний результат взаємодії пасажира і перевізника є запорукою подальшого активного використання споживачем послуг громадського транспорту. Також як і підвищення переваги споживчої цінності таких послуг стимулюватиме споживача відмовлятися від використання приватного транспорту на користь громадського.

Продумана політика відносно тарифного плану (використання проїзних абонементів, проведення періодичних акцій), підвищення комфортності і якості послуг, що надаються, громадських перевезень (використання сучасних видів транспорту, грамотний підбір штату водіїв, облаштування місць очікування транспорту, оптимально складений розклад поїздок) – усе це сприяє залученню максимальної кількості пасажирів, які використовують громадський транспорт, а також впливає на економічний ефект споживчої цінності приміської поїздки громадським транспортом.

Важливим складником на користь зменшення використання великої кількості приватного транспорту є формування і реалізація політики, спрямованої на збереження навколишнього середовища та підтримку екологічної ситуації.

#### Список використаних джерел:

1. Likert R. A Technique for the Measurement of Attitudes. *Archives of Psychology*. 1932. № 140. P. 1–55.
2. Бакалінський О.В., Мельник Т.С. Маркетингові дослідження при тотальному управлінні споживчою цінністю перевезень пасажирів залізницями. Київ : НТУ, 2018. 280 с.
3. Бакалінський О.В. Інформація для пасажирів залізниць як чинник впливу на їхню споживчу поведінку. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2011. № 4. URL: [http://www.nbu.gov.ua/e-journals/PSPE/2011\\_4/Bakalinskiy\\_411.htm](http://www.nbu.gov.ua/e-journals/PSPE/2011_4/Bakalinskiy_411.htm) (дата звернення: 15.02.2021).
4. Parasuraman A., Berry L., Zeithaml V. SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring customer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*. 1988. Vol. 64. № 1. P. 12–40.
5. Mishra Gouri Shankar, Mokhtarian Patricia L., Widamanc Keith F. An empirical investigation of attitudes toward waiting on the part of Northern California commuters. *Travel Behaviour and Society*. 2015. Vol. 2. Issue 2. P. 78–87.
6. Бакалінський О.В., Петровська С.І. Порівняння якості поїздок Києвом міським і приватним транспортом в умовах автомобілізації населення. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія «Економіка і управління»*. 2019. Т. 30(69). № 5. Ч. 1. С. 36–40.
7. Спирин І.В. Перевозки пасажирів городським транспортом : справочное пособие. Москва : Академкнига, 2004. 413 с.
8. Srivastava Govind Nath. Understanding perception of commuters for safety and risk mitigation mechanism: the case of public transportation. *International Journal of Applied Management Science*. URL: <https://www.inderscienceonline.com/doi/pdf/10.1504/IJAMS.2019.103711> (дата звернення: 20.03.2021).
9. Bielen, F. and Demoulin, N. Waiting time influence on the satisfaction-loyalty relationship in services. *Managing Service Quality*. 2007. Vol. 17. P. 174–193.
10. Nguyen T. Ngoc, Miwa Tomio, Morikawa Takayuki. Switching to Public Transport Modes for Commuting Trips: Considering latent motivations in Ho Chi Minh City. *Asian Transport Studies*. 2018. Vol. 5. Issue 1. P. 117–136.
11. Beira, G. and Cabral, J.A.S. Understanding attitudes towards public transport and private car: A qualitative study. *Transport Policy*. 2007. № 14(6). P. 478–489.
12. Suresh J., Preeti A., Prashant K., Prateek S. Identifying public preferences using multi-criteria decision making for assessing the shift of urban commuters from private to public transport: A case study of Delhi. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behavior*. 2014. Vol. 24. P. 60–70.
13. Сафронов Э.А. *Транспортные системы городов и регионов*. Москва, 2007. 272 с.
14. Черчилль Г.А. *Маркетинговые исследования*. Санкт-Петербург : Питер, 2000. 752 с.
15. Вукан Р. Вучик. Транспорт в городах, удобных для жизни. *Территория будущего*. 2011. 576 с.
16. Nguyen T. Ngoc, Miwa Tomio, Morikawa Takayuki. Switching to Public Transport Modes for Commuting Michał Jaskiewicz, Tomasz Besta. Heart and mind in public transport: Analysis of motives, satisfaction and psychological correlates of public transportation usage in the Gdansk-Sopot-Gdynia Tricity Agglomeration in Poland. *Transportation Research*. 2014. Part F 26. P. 92–101.
17. Wardrop John G. Some theoretical aspects of road traffic research. *Proceedings of the Institute of Civil Engineers*. Part II. London, 1952. P. 325–378.

#### References:

1. Likert R.A. (1932) Technique for the Measurement of Attitudes. *Archives of Psychology*, no. 140, pp. 1–55.
2. Bakalinsky O.V., Melnik T.S. (2018) Marketynhovi doslidzhennia pry totalnomu upravlinni spozhyvchoiu tsinnistiu perevezen pasazhyriv zaliznytsiamy [Marketing researches at total management of consumer value of transportations of passengers by railways]. Kyiv: National Transport University, pp. 260–277. (in Ukrainian)
3. Bakalinskyi O.V. (2011) Informatsiia dlia pasazhyriv zaliznyts yak chynnyk vplyvu na yikhniu spozhyvchu povedinku [Information for railway passengers as a factor influencing their consumer behavior]. *Problemy systemnoho pidkhodu v ekonomitsi*. Kyiv, no. 4. Available at: [http://www.nbu.gov.ua/e-journals/PSPE/2011\\_4/Bakalinskiy\\_411.htm](http://www.nbu.gov.ua/e-journals/PSPE/2011_4/Bakalinskiy_411.htm) (accessed 15 February 2021).
4. Parasuraman A., Berry L., Zeithaml V. (1988) SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring customer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, vol. 64, no. 1, pp. 12–40.
5. Mishra Gouri Shankar, Mokhtarian Patricia L., Widamanc Keith F. (2015) An empirical investigation of attitudes toward waiting on the part of Northern California commuters. *Travel Behaviour and Society*, vol. 2, no. 2, pp. 78–87.
6. Bakalinskyi O.V., Petrovska S.I. (2019) Porivniannia yakosti poizdok Kyievom miskym i pryvatnym transportom v umovakh avtomobilizatsii naselennia [Comparison of the quality of trips by Kyiv by city and private transport in the conditions of population motorization.] *Vcheni zapysky Tavriiskoho natsionalnoho universytetu imeni V.I. Vernadskoho Seriya: Ekonomika i upravlinnia* [Scientific notes of Tavriya National University named after VI Vernadsky. Series: Economics and Management], tom 30(69), no. 5, ch. 1, pp. 36–40. (in Ukrainian)
7. Spirin I.V. (2004) *Perevozki passazhyrov gorodskim transportom: Spravochnoe posobie* [Public Transportation of Passengers: A Reference Guide]. Moscow: IKTs «Akademkniga», 413 p. (in Russian)
8. Srivastava Govind Nath. Understanding perception of commuters for safety and risk mitigation mechanism: the case of public transportation. *International Journal of Applied Management Science*. Available at: <https://www.Inders-cienceonline.com/doi/pdf/10.1504/IJAMS.2019.103711> (accessed 20 March 2021).

9. Bielen, F. and Demoulin, N. (2007) Waiting time influence on the satisfaction-loyalty relationship in services. *Managing Service Quality*, vol. 17, pp. 174–193.
10. Nguyen T. Ngoc, Miwa Tomio, Morikawa Takayuki (2018) Switching to Public Transport Modes for Commuting Trips: Considering latent motivations in Ho Chi Minh City. *Asian Transport Studies*, vol. 5, issue 1, pp. 117–136.
11. Beira, G., Cabral A. (2007) Understanding attitudes towards public transport and private car: A qualitative study. *Transport Policy*, no. 14(6), pp. 478–489.
12. Suresh J., Preeti A., Prashant K., Prateek S. (2014) Identifying public preferences using multi-criteria decision making for assessing the shift of urban commuters from private to public transport: A case study of Delhi. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behavior*, vol. 24, pp. 60–70.
13. Safronov E.A. (2007) *Transportnyye sistemy gorodov i regionov* [Transport systems of cities and regions]. Moscow. (in Russian)
14. Chershill' G.A. (2000). *Marketingovye issledovaniya* [Marketing research]. SPb.: Piter, 752 p. (in Russian)
15. Vukan R. Vuchik (2011) *Transport v gorodakh, udobnykh dlya zhizni* [Transportation for Livable Cities]. Moscow. (in Russian)
16. Nguyen T. Ngoc, Miwa Tomio, Morikawa Takayuki (2014) Switching to Public Transport Modes for Commuting Michał Jaskiewicz, Tomasz Besta. Heart and mind in public transport: Analysis of motives, satisfaction and psychological correlates of public transportation usage in the Gdansk-Sopot-Gdynia Tricity Agglomeration in Poland. *Transportation Research*, part F 26, pp. 92–101.
17. Wardrop John G. (1952) Some theoretical aspects of road traffic research. *Proceedings of the Institute of Civil Engineers*, part II. London, pp. 325–378.