

2) автоматический анализ собранной персональной информации и построение психологического профиля потребителя

Таким образом, маркетинг отношений поможет в развитии многократно, непрерывного обслуживания клиента. Следует отметить и то, что предложение на рынке очень велико и товары практически не имеют значимых для покупателей различий, тем самым долгосрочные доверительные отношения позволяют снизить транзакционные издержки, и сократить время обслуживания, что приведет к повышению эффективности бизнеса и большему удовлетворению покупателей и партнеров.

Список литературы:

1. Маслова Т.Д., Божук С.Г., Ковалик Л.Н. Маркетинг. СПб.: Питер, 2009. 400 с.
2. Портер Майкл. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов/ Майкл Портер; Пер. с англ.- 3-е изд.-М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. 453 с.

**Е.А. Поверенная, М. О. Северова**

*Сибирский государственный университет путей сообщения*

## **АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ ПРИГОРОДНЫХ ПАССАЖИРСКИХ КОМПАНИЙ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ**

Одним из основных принципов развития пассажирских перевозок как бизнеса, который строится на рыночной основе, становится ориентация на клиента. Особую актуальность этот принцип приобретает в условиях структурного реформирования железнодорожного транспорта и ужесточения конкурентной борьбы на рынке транспортных услуг. Особенность пригородного сообщения заключается в выполнении функции не только пригородного, но и городского транспорта. Пригородные перевозки несут в себе значительную социальную нагрузку, так как обслуживают большие массы наименее защищенного в социальном плане населения.

Анализ деятельности региональной компании ОАО «Экспресс-пригород» в последние годы показал значительные проблемы с ухудшением финансовых показателей (снижение доходов в 2010 году достигло 9 %), что вызвано снижением уровня доходов граждан и как следствие их подвижности, а также недопущение существенного роста тарифов на данный вид услуг для снижения со-

циального напряжения в регионах. Рассматриваемая Компания крупнейший за Уралом пригородный перевозчик и третья по объему пригородных перевозок пассажирская компания на сети железных дорог России. В год Компания перевозит более 20 млн. пассажиров. Акционерами Компании являются - ОАО «Российские железные дороги» (51,0 %); Департамент имущества и земельных отношений Новосибирской области (46,2 %); Департамент земельных и имущественных отношений г. Новосибирска (2,8 %).

Повышение финансовой устойчивости компании может быть достигнуто за счет взаимодействия с субъектами РФ, по вопросам возмещения убытков от государственного регулирования тарифов; повышения качества предоставляемых услуг и рейтинга пригородного железнодорожного транспорта; систематического исследования пассажиропотоков и расширения перечня предлагаемых услуг; разработке комплексных мер с ОАО «РЖД» по снижению производственной себестоимости, улучшению использования подвижного состава, производственных мощностей ремонтных цехов, внедрению новых технологий по реализации проездных документов, учета пассажиров и пресечению безбилетного проезда.

В повышении доходности важную роль играет освоение маршрутов ускоренных пригородных поездов повышенной комфортности, поэтому компании необходимо продолжать развитие этого направления, которое должно сопровождаться глубоким маркетинговым анализом.

Также необходимо развивать взаимодействие автомобильного и железнодорожного транспорта в пригородном сообщении с целью улучшения качества обслуживания пассажиров, привлечения дополнительного объема перевозок, оптимизации автобусных и железнодорожных маршрутов и исключения нерентабельного пробега подвижного состава.

#### Список литературы:

1. О программе развития пригородного пассажирского комплекса до 2015г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: // <http://www.i2n.ru/news/transport/1641/>.

2. Развитие и повышение эффективности пригородных пассажирских перевозок / Верховых Г.В. // Железнодорожный транспорт – 2008. - №8.