



---

## МАРКЕТИНГОВИ ПРОУЧВАНИЯ И КАЧЕСТВО НА ТРАНСПОРТНАТА УСЛУГА

Светла Цветкова  
[svetlatzvetkova@abv.bg](mailto:svetlatzvetkova@abv.bg)

*Университет за национално и световно стопанство  
гр. София 1700, Христо Ботев Студентски град  
РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ*

*Ключови думи: маркетинг, транспортен пазар, развитие, ефективно управление, технологии, превози*

*Резюме: Маркетингът заема важно място в системата за управление на транспортното предприятие. Той съчетава, както фирмените така и обществените интереси в процеса на задоволяване на потребителското търсене.*

*Всяка фирма, която иска да реализира успешно своите услуги трябва да бъде конкурентноспособна на транспортния пазар. Това изисква обстоятелството му проучване и анализ на неговата реакция, отчитане нуждите и предпочитанията на потребителите и определяне на бъдещото поведение и насока за развитие на фирмата.*

*Изходът от конкурентната борба за транспортната фирма изцяло зависи от качеството на предлаганите от нея услуги. Системата за избор на транспортна фирма от страна на потребителите се определя от критериите им за качество и очакванията, относно извършването от нея пътнически или товарни превози.*

Основната цел на транспортния маркетинг е оптимално задоволяване на потребностите на потребителите, в условията на динамични и непредвидими процеси на транспортния пазар. Това може да се постигне само чрез успешно формулиране и реализиране на стратегическа маркетингова концепция, отчитаща всякакви фактори на въздействие върху дейността на предприятието.

Както посочва Котлър „...всеки бизнес, продукт и всеки бранд се нуждае от детайлен маркетинг план”. Това означава възприемане на определена концепция относно принципите за фирменото управление и съответстващата на тези принципи бизнес стратегия и политика, както и нейното приложение.

Основното предназначение и цел на маркетинговите проучвания в процеса на осъществяването на бизнес дейността на дадено транспортно предприятие е свеждането до минимум на риска, съпътстващ неговата дейност.

Маркетинговите проучвания са система от дейности, които се провеждат с цел да се установи проявлението и въздействието на пазарните фактори върху реализацията на транспортната услуга, както и да се установят или прогнозираят тенденции в развитието на дадена икономическа система.

По същество целта на едно маркетингово проучване е да се получи отговор на пет основни въпроса: Кой? Какво? Къде? Кога? Как? Свързаният с тях въпрос “защо”? разширява проучванията до областта на социалната психология и се определят като “мотивационно проучване”, т.е. изучаване на мотивите на потребителите.

Маркетинговите проучвания могат да се определят като процес на системно набиране, обработка и анализ на информация за пазара и изискванията на потребителите, необходима за вземане на управленски решения.

Маркетингът в сферата на услугите в света се развива с многомащабни темпове, които изпреварват темповете на растеж на стоковия бизнес.

В тази сфера маркетингът формира поръчките на услуги в предприятието, определя политиката на услуги, производствените планове, осъществява реализирането на услуги и на резултатите от дейността. Но маркетинговата концепция на предприятието, като цяло се определя от компетентността на лицата, отговорни за разпределянето на ресурсите.

Икономическите методи на въздействие върху процесите на движение на ресурсите трябва да представляват, като цяло ориентирана към качествено обслужване на потребителите система, която е съвкупност от физически методи за рационализация на тези процеси и икономическа обосноваване на разходите свързани с тях. Реално погледнато изходът от конкурентната борба между отделните видове транспорт се определя от качествения състав на товаропотоците. Например натоварването на автомобилните магистрали в големите градове непосредствено зависи от часа в денонощието и даже от деня от седмицата....

В дадения случай маркетингът се основава на преференции (предимства, облекчения), възприятие, качество и норми, където „престижът” на товаропотока според вида товар е критерий за нещо истинско и качествено.

Качествените критерии на системата за избор на доставчици включват цена, надеждност на доставчика, качествено обслужване, условията на плащане и възможностите за извънпланови доставки. Например за осигуряването на високо качество на доставките е необходимо взаимодействието между управлението на запасите, складовото съхраняване и превоза (доставката).

Според най-общата представа под качество на транспортните услуги може да се разбира съвкупността от свойства, обуславящи тяхната способност да удовлетворяват потребностите на икономиката от товарни и пътнически превози от зададения тип, с определено равнище на безопасност на движението. Към критериите за избор на канал на движение на товара спадат качеството на доставяната продукция, асортиментът, цената на продукцията, организацията на движение, деловата етика, отдалечеността на участниците в канала един от друг, пазарният дял на участниците в движението и резултатите от финансово-стопанската дейност на участниците.

В сферата на услугите възприятието за качество и формирането на удовлетвореност у потребителите се осъществяват именно в процеса на взаимодействие, а самият процес се превръща в обект на потребление. И тук системата по качество трябва да бъде ориентирана към целите на предприятието, нуждите на потребителите от продукцията или услуги, а също и процесите в съответното предприятие.

Развитието на качество на услугите включва решаването на последователен ред от задачи, като се започне от целевата пазарна сегментация и концепцията за ценността на услугите до системата на обслужване и контрол на изходните параметри. При това концепцията за услугите се предлага да се изучава в следните направления: функциите, които трябва да изпълнява определен елемент от услугите; спомагателните функции, които той изпълнява; разходите, свързани с тях; възможността за изпълнение на тези функции от друг по-евтин елемент и получената при това икономия.

Към операциите по организацията на управление на качеството спадат: планиране на качеството, организиране и осигуряване на качеството, реализиране на изискванията за качество, контрол и подобряване на качеството на услугите.

Формирането на система по организация на управлението на качеството включва следните етапи: определяне на базово и стратегическо равнище за качество; анализ на параметрите на качеството на реално реализирания процес; анализ на техниката и технологиите по осигуряване на качество; анализ на организационно-икономическото осигуряване на качество; анализ на социално-психологическото осигуряване на качество; недостатъци в икономиката и организацията, преобразуване и проектиране на елементите от системата по осигуряване на качество на услугите.

При избора на показатели за качество, например на товарните превози, се отчитат характеристиките и особеностите на превозвания товар; видовете транспорт и транспортно съобщение; използвания подвижен състав; особеностите на експедиция на товара; изискванията, предявявани към превозния процес.

Показателите за качество на товарните превози трябва да отговарят на следните основни изисквания: да помагат за осигуряването на съответствие между качеството на превози и нуждите на потребителите; да характеризират всички свойства на товарните превози, обуславящи тяхната пригодност да задоволяват определени потребности на клиентите в съответствие с назначението им; да бъдат стабилни.

На фигура 1. са представени основните параметри, определящи качеството на доставка на товара.



В практиката са установени следните основни показатели за качество на товарните превози:

- ◆ според параметъра своевременност на доставката – средната скорост на превоз; средното време на закъснение от определения срок, брой доставки със закъснение, интервал на доставките, брой отклонения от установеното, необходимото време за обработване на заявките; степен на износване на автомобилите;
- ◆ според параметъра икономичност – максималните отстъпки, отсрочки на плащането за услугите, разходи за превоз, разходи за товарно-разтоварни операции, дялът на отстъпки за различните рейсове, дялът на разходи в себестойността на превозите;
- ◆ според параметъра опазване на товара – количество на доставките без загуби, без повреди, без замърсяване, брой покрити автомобили, относителна загуба на товара, относителни разходи от повреда на товара, брой на отказани товари при получаването им; брой на отказите при получаването на заявки;
- ◆ според параметъра допълнителни възможности – възможност за експедиране, предоставянето на брезент, предоставянето на охрана, възможност за съхраняване на товара в мястото на предаването му, оборудване на транспортното средство със средства за връзка, възможност за замяна на транспортното средство в случай на повреда, наличие на специализирани

транспортни средства, възможност за превоз на опасни и бързоразвалящи се товари, възможност за работа през почивните дни и празниците, възможност за оформяне на документи, както и за измиване на транспортното средство със специални миещи препарати.

Към групата показатели за качество на пътническите превози, могат да бъдат отнесени следните:

- ◆ показатели за информационно обслужване (за отпътуването и пристигането на транспортните средства; за оказваните пътнически услуги и тяхната стойност; за наличието на необходимите помещения; средства за връзка, обекти за обществено хранене и др.);
- ◆ показатели за комфортност на помещението, която се пада на един пътник; честота на почистване на транспортните средства и помещенията; честота на сменяне на спалното бельо; температура на въздуха в транспортното средство и помещенията; осветеност в транспортното средство и помещенията; допустимо ниво на шума, вибрациите и влажността;
- ◆ показатели за скорост (продължителност на пътуването, полета, рейса); средна скорост на движение на транспортното средство; честота на спиранията на транспортното средство);
- ◆ показатели за своєвременност (дял на транспортните средства, отпътуващи по разписание; дял на транспортните средства, пристигащи по разписание; среден интервал на движение на транспортните средства; максимален интервал на движение на транспортните средства;
- ◆ показатели за опазване на багажа (багаж, пристигащ с повреди; средна стойност на щетата от повреда на багажа; стойността на компенсация на загубването на багаж);
- ◆ показатели за безопасност (надеждност на функциониране на транспортното средство; вероятна безотказна работа; периодичност на контрола за техническото състояние/безопасност на транспортното средство от органите на държавен контрол, години; наличието на документ, потвърждаващ годността на транспортното средство за експлоатация;
- ◆ показатели за професионалната пригодност на работниците; брой нарушения на правилника за движение на транспортното средство и длъжностните инструкции;
- ◆ показатели за готовност на екипажа на транспортното средство (минимална норма на състава на екипажа; осигуреност със спасителни средства за оказване на първа медицинска помощ; осигуреност на нормативна документация, маршрутни карти и други за осъществяване на рейса);
- ◆ икономически показатели (стойност на пътуването от мястото на тръгване до мястото на пристигане; стойност на допълнителните услуги по време на пътуването

Към най-значимите за клиента компоненти при оценка на качеството на услуга, които не са свързани с превозите, се отнасят *средата* (интериор, оборудване, външен вид на персонала и др.); *надеждността* (изпълнение точно в срок); *отговорността* (гаранции за изпълнение на услуги, желание на персонала да помогне на клиента); *завършеността* (наличие на определени навици, необходими знания и компетентност на сътрудниците); *безопасността* (отсъствието на риск и недоверие от страна на потребителя на услуга); *вежливостта* (любезност, коректност на персонала); *взаиморазбирането* (искрен интерес към потребителя на услуга, способност да се постави на негово място).

Удобството, скоростта и гъвкавостта на системата за транспортно обслужване, достъпността във времето и контролът над процеса на взаимодействие с бизнеса стават важни критерии за избор на клиенти на едно или друго транспортно предприятие. Клиентът е заинтересован само от предоставянето на цялата транспортна услуга (като се вземат предвид такива аспекти като транзитно време, честота на превозите, надеждност, безопасност, стойност), а не от начина на доставка, маршрута на превоза или вида на използвания транспорт. Надеждността при това се характеризира с честота и продължителност на превозите.

Възможните стандартни решения на транспортния оператор в повечето случаи не са оптимални поради високата динамика на ставащите промени в бизнеса, т.е. в тази ситуация решенията, взети на основата на здравия смисъл вече не са спасение. Цялата дейност, свързана с привличането (търсенето) и запазването (предлагането) на потребители, се свежда до: сключването на сделки и реалното и коректното им изпълнение, както и оптималното съотношението между търсенето и предлагането на транспортния пазар.

Ефективното управление свързано с успешното развитие, достъпността, обема и конкурентоспособността на транспортните услуги според критерия за качество от гледна точка на товарособствениците трябва да се осъществява в следните направления:

- ◆ разработване, развитие, анализ и мониторинг на пазара за транспортни услуги за потребителите от всички сектори на икономиката;
- ◆ изследване, разработване и експериментално построяване на транспортни технологии, осигуряващи качествени критерии за целия спектър от транспортни услуги и повишаване на производителността на транспортната система;
- ◆ разработване на методически основи, регламенти и автоматизирани информационни системи за статистическо отчитане в транспорта;
- ◆ разработване, научно обособяване и мониторинг на транспортно-икономическия баланс;
- ◆ работване на методики и средства за мониторинг и контрол на качеството на предлаганите транспортни услуги, а също и на методи и механизми за повишаване на тяхното качество.
- ◆ разработване на методики и средства за мониторинг на времето на движение на товарите по време на път, а също и времето за обработване на партидите товари в терминалната мрежа;
- ◆ разработване на научнообосновани методики и средства за мониторинг на равнището на развитие на логистични технологии, осигуряването им с производствено-техническа база и развиване на системата от съпътстващи услуги;
- ◆ разработване и усъвършенстване на технологиите на контейнерните превози, а също и сравнителен анализ на различни технологии за регионални и междурегионални превози, превози за малкия и средния бизнес и научнообоснован избор на най-добри технологии;
- ◆ разработване на принципно нова адаптивна технология за работа на транспорта, съответстваща с високата динамика на пазарната икономика и новите ѝ изисквания.
- ◆ разработване на научнообосновани методики и средства за мониторинг на съществуващата структура на парка на товарния подвижен състав и осигуряване на потребностите по подвижния състав с цел постигане на зададените характеристики за обем и качество на транспортните услуги;

- ◆ разработване и експериментално отработване на ефективни информационни и телекомуникационни технологии и навигационни сервиси за осигуряване на потребностите на пазара от конкурентоспособни транспортни услуги.

С цел осигуряване на достъпни и качествени транспортните услуги за населението е необходимо да се разработят научно обосновани социални транспортни стандарти за осигуряване на максимални възможности за придвижване на всички слоеве от населението по територията на цялата страна; научно обосноваване на параметрите за регулиране на пазара, с цел на минимален допуск до търговска дейност в областта на пътническите превози; изследване и научно обосноваване на структурата на съотношението между обществения и частния пътнически транспорт по модела за съвременен конкурентен пазар за транспортни услуги; осигуряване на възможност за реализация на социални инвестиционни държавни договори на национално, регионално и общинско равнище, както и разработване на механизми за осигуряване и осъществяване на изследвания и разработки в областта на развитието и оборудването на парка на пътническия подвижен състав, съпоставим по технико-икономическите си параметри със световния; определяне на потребността от паркове и производствени възможности на съответния подвижен състав, както и реализация на база максимално задоволяване на обществените потребности; провеждане на изследвания и разработки в областта на развитието на транспортна система, осигуряваща скоростни и високоскоростни пътнически превози.

#### **ЛИТЕРАТУРА:**

- [1] Първанов Х. Цветкова С. “Маркетинг на транспортната фирма” УИ “Стопанство”, С, 2007.
- [2] Цветкова, С., “Управление на маркетинга на транспортната услуга”, УИ “Стопанство”, С., 2009.
- [3] Миротин, Л., Покровский, А., “Маркетинг на транспорте”, “ИЦ. “Академия”, М. 2013.

## **MARKETING RESEARCHES AND QUALITY OF THE TRANSPORT SERVICE**

**Svetla Tzvetkova**  
[svetlatzvetkova@abv.bg](mailto:svetlatzvetkova@abv.bg)

***University of National and World Economy, 1700 Sofia city, Hristo Botev Studentski grad  
BULGARIA***

***Key Words:*** *marketing, transport market, development, effective management, technologies, transportations*

***Abstract:*** *The Marketing takes important place into the management system of a transport company. It combines business and public interests into the process of satisfaction of the consumer demand.*

*Each company, which would like to realize successfully its services, should be competitive on the transport market. This requires a detailed research and analysis of its reaction, taking into account the needs and preferences of the consumers and establishment of the future behavior and development direction of the company.*

*The outcome of the competitive fight for the transport company depends entirely from the quality of the supplied services. The system of choosing a transport company from the consumers shall be developed by the quality criteria and expectations regarding the passenger or freight transportations exercised by the company.*