



## ИЗСЛЕДВАНЕ НА ПОТРЕБИТЕЛСКИТЕ ПРЕДПОЧИТАНИЯ ПРИ ТЪРСЕНЕТО НА ТОВАРНИ ПРЕВОЗНИ УСЛУГИ

Георги Димитров  
[g.dimitrov@unwe.bg](mailto:g.dimitrov@unwe.bg)

*УНСС, катедра „Икономика на транспорта и енергетиката”,  
Студентски град „Христо Ботев”, 1700, София  
БЪЛГАРИЯ*

*Ключови думи: потребителски предпочитания, товарни транспортни услуги, качествени показатели.*

*Резюме: Съществува значително разнообразие в причините за поведението на потребителите на товарни превозни услуги, което често (особено в условията на световни кризи и съпътстващите ги сътресения в геополитическите, икономическите, енергийните, потребителските или транспортните системи) не е подчинено на принципите за оптимизация на транспортните разходи. Следователно, изследването на потребителските предпочитания при търсенето на товарни превозни услуги след преминаването на предизвиканата от корона вируса световна пандемия е от изключителна важност. Основната цел на изследването е да се оценят потребителските предпочитания при търсенето на товарни превозни услуги и степента на влияние на показателите за качество на товарните транспортни услуги при избора на транспортна компания (превозвач).*

### ВЪВЕДЕНИЕ

Редица автори са изследвали причинените от пандемията промени в тенденциите на транспортния пазар [1], [2], [3], [4] и др., но по-голямата част от тях са съсредоточени върху измененията в търсенето на товарните и пътнически превози, развитието на транспортната инфраструктура, влиянието на противоепидемичните мерки върху развитието на различните видове транспорт, но не изследват измененията в потребителските предпочитания при търсенето на товарни превозни услуги.

През 2022 година бе проведена онлайн анкета, изпратена до 600 от активните клиенти (регистрирани в онлайн транспортни борси), които използват услугите на превозвачи и спедитори. Целевите респонденти бяха мениджъри, отговарящи за транспорта, логистиката и продажбите в техните организации. Анкетата бе проведена чрез MS FORMS. В проучването се включиха 43 компании, които осъществяват своята дейност в сферата на производството, търговията, вноса и износа на стоки. В извадката участват организации (фирми), потребители на товарни транспортни услуги с адресни регистрации от всички региони и почти всички области на страната.

Чрез отговорите на въпрос „В какъв размер е годишния оборот на Вашата компанията“ анкетиранияте фирми се разделят на три групи: дребни, средни и едри

товародатели. За дребни товародатели с годишен оборот под 1 млн. лева се посочват 13 от фирмите (30,23 %), 10 компании (23,26 %) се класифицират като средни товародатели с годишен оборот между 1 млн. и 5 млн. лева, а останалите 20 от анкетираните юридически лица (46,51 %) се определят като едри товародатели с размер на годишния им оборот от над 5 млн. лева.

Ключовия (основен) въпрос поставен на товародателите е „Ранжирайте по важност и приоритетност основните качествени параметри на услугите, които имат влияние при търсенето и избора на товарни превозни услуги“. Показателите за качество (качествените параметри) са подредени в следната последователност: Цена на услугата; Възможност за отложено плащане на цената; Бързина на доставката; Опазване на потребителната стойност на стоката; Спазване на срока за доставка на товарите; Непрекъснатата комуникация с превозвача; Предлагане на допълнителни и съпътстващи услуги; Използване на системи за проследяване на пратките в реално време и Гладко и безпроблемно уреждане на рекламационните искове.

За всеки от изброените качествени параметри, товародателите са посочили своята оценка от пет възможни опции (Няма никакво значение; Няма важно значение; Неутрално; Има значение; Има изключително важно значение.).

## **ПОТРЕБИТЕЛСКИ ПРЕДПОЧИТАНИЯ НА ДРЕБНИТЕ ТОВАРОДАТЕЛИ**

Данни за резултатите от получените отговори от дребните товародатели (с годишен оборот до 1 млн. лв.) на основния поставен въпрос за оценка на показателите за качество на товарните превозни услуги са представени на фигура 1.

*Цената на услугата* е посочена с оценка „има значение“ от шест анкетираните фирми с годишен оборот под един млн. лева (46,15 %), а останалите 7 фирми (53,85 %) я оценяват с „има изключително важно значение“.

Една фирма (7,69 %) е отговорила, че *възможността за отложено плащане на цената* „няма важно значение“, а 5 от компаниите (38,46 %) я оценяват с „неутрално“ значение. По-голямата част от дребните товародатели считат, че възможността за отложено плащане на цената „има значение“ (3 оценки – 23,08 %) и „има изключително важно значение“ (4 оценки – 30,77 %).

*Бързината на доставката* е оценена от 8 от анкетираните товародатели с годишен оборот под 1 млн. лева (61,54 %) с „има значение“, а останалите 5 компании (38,46 %) са на мнение, че „има изключително важно значение“.

*Опазването на потребителната стойност на стоката* е оценено с „неутрално“ от една анкетирана компания (7,69 %), 4 дребни товародателя (30,77 %) са го оценили с „има важно значение“, а останалите 8 фирми (61,54 %) са дали оценка „има изключително важно значение“.

*Спазване срока на доставка на товарите* се оценява от 5 от анкетираните дребни товародатели (38,46 %) с „има значение“, а останалите 8 (61,54 %) считат, че „има изключително важно значение“.

*Непрекъснатата комуникация с превозвача* е оценена с „няма никакво значение“ и „няма важно значение“ съответно от една (7,69 %) и три (23,08 %) от анкетираните компании с годишен оборот под един млн. лева, оценка „има изключително важно значение“ е посочена само от една компания (7,69 %), а 7 от респондентите (53,84 %) го оценяват с „има значение“.

*Предлагане на допълнителни услуги* е оценено от една фирма (7,69 %) с „няма важно значение“. Три от анкетираните фирми – дребни товародатели (23,08 %) са на мнение, че „има значение“, а оценка „има изключително важно значение“ е поставена от 2 фирми (15,38 %). Най-голям брой отговори от дребните товародатели има с оценка „неутрално“ (7 оценки – 53,85 %).

*Използване на системи за проследяване на пратките в реално време* не се смята за особено важен качествен параметър от три фирми (23,08 %), които са отговорили, че „няма важно значение“. Дребните товародатели дават най-много оценки „неутрално“ (5 оценки – 38,46 %) и „има значение“ (4 оценки – 30,77 %), а оценка „има изключително важно значение“ е поставена само от един от дребни товародатели (7,69 %).



**Фиг. 1.** Водещи качествени показатели на товарните транспортни услуги при избор на превозвач от дребните товародатели

*Гладко и безпроблемно уреждане на рекламациите* е оценено с „няма важно значение“ от една от анкетираните компании (7,69 %), а 4 фирми (30,77 %) са поставили оценка „неутрално“. По-голямата част от респондентите оценяват този качествен показател с оценки „има значение“ (3 фирми – 23,08 % от анкетираните дребни товародатели) и „има изключително важно значение“ (5 фирми – 38,46 %).

## ПОТРЕБИТЕЛСКИ ПРЕДПОЧИТАНИЯ НА СРЕДНИТЕ ТОВАРОДАТЕЛИ

Резултатите от получените отговори от анкетираните средни товародатели (с годишен оборот от 1 до 5 млн. лв.) на основния въпрос са представени на фигура 2.

*Цената на услугата* е посочена с оценка „има значение“ от една от компаниите (10 %), а останалите 9 фирми (90 %) я оценяват с „има изключително важно значение“.

Две фирми (20 % от фирмите с оборот между 1 и 5 млн. лева) са отговорили, че *възможността за отложено плащане на цената* „няма важно значение“, а една от компаниите (10 %) я оценява с „неутрално“ значение. По-голямата част от средните товародатели считат, че възможността за отложено плащане на цената „има значение“ (3 оценки – 30 %) и „има изключително важно значение“ (4 оценки – 40 %).

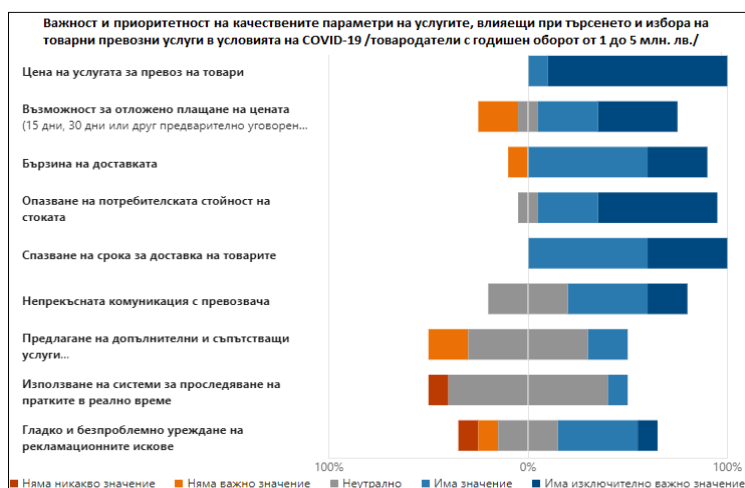
*Бързината на доставката* само от една фирма (10 %) е оценена с „няма важно значение“, 6 от анкетираните юридически лица с годишен оборот между 1 и 5 млн. лева (60 %) отговарят, че „има значение“, а останалите 3 компании (30 %) са на мнение, че „има изключително важно значение“.

*Опазването на потребителната стойност на стоката* е оценено с „неутрално“ от един от анкетираните средни товародатели (10 %), 3 товародателя (30 %) са го оценили с „има важно значение“, а останалите 6 анкетирани фирми – средни товародатели (60 %) са дали оценка „има изключително важно значение“.

*Спазване срока на доставка на товарите* се оценява от 6 средни товародатели (60 %) с оценка „има значение“, а останалите 4 от анкетираните фирми с годишен оборот между 1 и 5 млн. лева (40 %) считат, че „има изключително важно значение“.

*Непрекъснатата комуникация с превозвача* е оценена от анкетиранияте средни товародатели с оценки „неутрално“ и „има значение“ съответно по 4 от анкетиранияте товародатели (по 40 %), а останалите 2 фирми – средни ползватели на товарни превозни услуги (20 %) го оценяват с „има изключително важно значение“.

*Предлагане на допълнителни услуги* е оценено от 2 фирми (20 %) с „няма важно значение“ и от още 2 фирми (20 %) с „има значение“. Най-голям брой отговори 6 има с оценка „неутрално“ (60 %).



**Фиг. 2.** Водещи качествени показатели на товарните транспортни услуги при избор на превозвач от средните товародатели

*Използване на системи за проследяване на пратките в реално време* не се смята за важен качествен параметър от един от средните товародатели (10 %), който е отговорил „няма никакво значение“. Също една от анкетиранияте фирми (10 %) оценява използването на системи за проследяване на пратките с „има значение“, а по-голямата част от средните товародатели (8 оценки – 80 %) са дали оценка „неутрално“.

*Гладко и безпроблемно уреждане на рекламациите* е оценено с „няма никакво значение“ и „няма важно значение“ с по една оценка (по 10 %) от анкетиранияте компании, а 3 фирми (30 %) са поставили оценка „неутрално“. По-голямата част от респондентите (средни товародатели) оценяват гладкото и безпроблемно уреждане на рекламациите с „има значение“ (4 фирми – 40 % от анкетиранияте средни товародатели) и „има изключително важно значение“ (1 фирма – 10 %).

## ПОТРЕБИТЕЛСКИ ПРЕДПОЧИТАНИЯ НА ЕДРИТЕ ТОВАРОДАТЕЛИ

Представените на фигура 3 данни отразяват резултатите от получените отговори от едрите товародатели (с годишен оборот над 5 млн. лв.) на основния поставен въпрос за оценка на показателите за качество на товарните транспортни услуги.

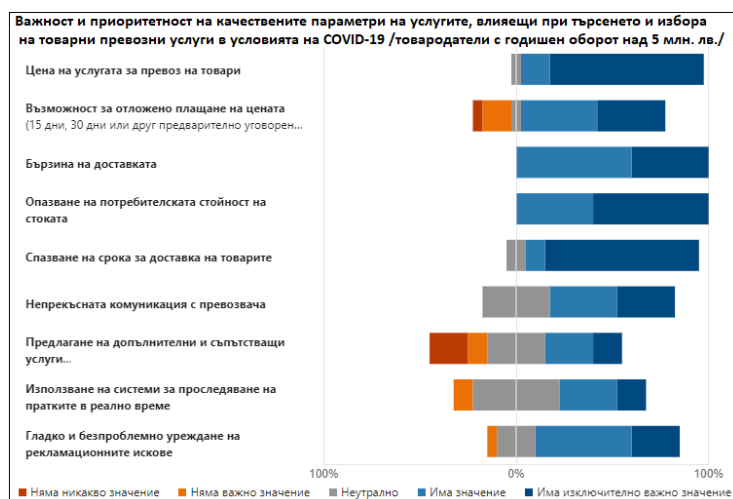
*Цената на услугата* е посочена с „неутрална“ оценка от една от анкетиранияте фирми, едри товародатели (5 %), 3 от компаниите (15 %) я определят с оценка „има значение“, а останалите 16 анкетирани едри товародатели (80 %) я оценяват с „има изключително важно значение“.

Една фирма (5 %) е отговорила, че *възможността за отложено плащане на цената* „няма никакво значение“, 3 от анкетиранияте товародатели с годишен оборот над 5 млн. лева (15 %) я посочват с „няма важно значение“, а една компания (5 %) я оценяват с „неутрално“ значение. По-голямата част от респондентите считат, че *възможността за отложено плащане на цената* „има значение“ (8 оценки – 40 %) и „има изключително важно значение“ (7 оценки – 35 %).

*Бързината на доставката* е оценена от 12 от анкетирани юридически лица с годишен оборот над 5 млн. лева (60 %) с „има значение“, а останалите 8 компании (40 %) са на мнение, че „има изключително важно значение“.

*Опазването на потребителната стойност на стоката* е оценено с „има важно значение“ от 8 анкетирани компании (40 %), а останалите 12 едри товародателя (60 %) са го оценили с „има изключително важно значение“.

*Спазване срока на доставка на товарите* се оценява с „неутрално“ от 2 компании (10 %), също 2 от анкетирани фирми (10 %) го оценяват с „има значение“, а останалите 16 от анкетирани едри товародателя (80 %) считат, че „има изключително важно значение“.



**Фиг. 3.** Водещи качествени показатели на товарните транспортни услуги при избор на превозвач от едрите товародатели

*Непрекъсната комуникация с превозвача* е оценена с „неутрално“ от 6 от анкетирани едри товародатели (30 %), 8 от фирмите (40 %) са посочили, че „има значение“, а „има изключително важно значение“ са посочили останалите 6 от анкетирани едри товародатели (30 %).

*Предлагане на допълнителни услуги* е оценено от 4 едри товародателя (20 %) с „няма никакво значение“, а 2 от компаниите (10 %) смятат, че „няма важно значение“. Общо осем от анкетирани фирми с годишен оборот над 5 млн. лева (40 %) са на мнение, че „има значение“ (5 оценки – 25 %) и „има изключително важно значение“ (3 оценки – 15 %), а най-голям брой отговори 6 има с оценка „неутрално“ (30 %).

*Използване на системи за проследяване на пратките в реално време* не се смята за важен качествен параметър от две анкетирани фирми с оборот над 5 млн. лева (10 %), които са отговорили с „няма важно значение“. Общо 9 от анкетирани едри товародатели оценяват използването на системи за проследяване на пратките с „има значение“ (6 оценки равняващи се на 30 %) и „има изключително важно значение“ (3 оценки – 15 %), а почти половината от анкетирани товародатели (9 оценки – 45 %) са дали оценка „неутрално“.

*Гладко и безпроблемно уреждане на рекламациите* е оценено с „няма важно значение“ от една фирма (5 %) от анкетирани едри товародатели, а 4 фирми (20 %) са поставили оценка „неутрално“. По-голямата част от респондентите оценяват гладкото и безпроблемно уреждане на рекламациите с „има значение“ (10 фирми, равняващи се на 50 % от анкетирани едри товародатели) и „има изключително важно значение“ (5 фирми – 25 %).

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В заключение на осъществения анализ на получените резултати от проведената анкета може да подредим качествените показатели по тяхната степен на важност за анкетираниите фирми (товародатели). При избора си на превозвач в условията на отшумяваща пандемия от COVID-19, анкетираниите компании оценяват важността на качествените показатели на товарните превозни услуги в следната последователност:

- (1) Цена на услугата;
- (2) Бързина на доставката;
- (3) Спазване срока за доставка на товарите;
- (4) Опазване потребителната стойност на стоките;
- (5) Непрекъснатата комуникация с превозвача;
- (6) Възможност за отложено плащане;
- (7) Гладко и безпроблемно уреждане на рекламационните искове;
- (8) Използване на системи за проследяване на пратката;
- (9) Предоставяне на допълнителни и съпътстващи услуги.

## **ЛИТЕРАТУРА:**

- [1] Арнаудов, Б., & Гътовски, И., Тенденции в развитието на транспортната инфраструктура в България, Икономически и социални алтернативи, (2), 2023, стр. 5-23
- [2] Димитров, Г., Влияние на пандемията COVID-19 върху развитието на сухопътния транспорт в Европа, Издателски комплекс – УНСС, 2023
- [3] Арнаудов, Б., & колектив, Повишаване на икономическата и социална ефективност на пътническите железопътни превози чрез внедряване на нов подвижен състав, Издателски комплекс – УНСС, 2022
- [4] Николова, Хр., & колектив, Детерминанти на търсенето на товарни превози, Издателски комплекс – УНСС, 2022

## **CONSUMER PREFERENCE RESEARCH WHEN SEARCHING FOR FREIGHT TRANSPORTATION SERVICES**

**Georgi Dimitrov**

[g.dimitrov@unwe.bg](mailto:g.dimitrov@unwe.bg)

*University of National and World Economy, Sofia,  
Students Town, 1700, Sofia  
BULGARIA*

**Key words:** *consumer preferences, freight transport services, quality indicators.*

**Abstract:** *There is considerable diversity in the reasons for the behavior of users of freight transport services, which is often (especially in the context of global crises and accompanying upheavals in geopolitical, economic, energy, consumer or transport systems) not subject to the principles of transport cost optimization. Therefore, the study of consumer preferences in the search for freight transport services after the passing of the global pandemic caused by the corona virus is of utmost importance. The main purpose of the study is to evaluate consumer preferences in the search for cargo transport services and the degree of influence of the quality indicators of cargo transport services in the choice of a transport company (carrier).*