



## СТРАТЕГИЧЕСКОТО СЪТРУДНИЧЕСТВО В МАРКЕТИНГОВАТА И УПРАВЛЕНСКАТА ДЕЙНОСТ НА ОРГАНИЗАЦИИТЕ В ОБЛАСТ ВЕЛИКО ТЪРНОВО ОТ СФЕРАТА НА УСЛУГИТЕ

### THE STRATEGIC COOPERATION IN THE MARKETING AND MANAGEMENT ACTIVITY OF THE ORGANIZATIONS IN VELIKO TARNOVO REGION IN THE FIELD OF SERVICES

Цанко Стефанов  
Tsanko Stefanov

Великотърновски университет „Св. св. Кирил и Методий“  
St. Cyril and St. Methodius University of Veliko Tarnovo

**Abstract:** The article presents the results from a study of the joint management and marketing activities of enterprises providing services from Veliko Tarnovo and the region. The subject are the joint company activities in management and marketing aspect, and the object are the enterprises in the field of services in Veliko Tarnovo district. The main goal is aimed at revealing the specifics of the cooperative activities in these two aspects of the service companies.

**Keywords:** marketing; management; cooperation; Veliko Tarnovo region.

**JEL:** M30, M31

#### ВЪВЕДЕНИЕ

Фирмите, предоставящи услуги, развиват специфични дейности, които ги отличават от организациите в други сфери. Техните ръководства се опитват да удовлетворят и множество специфични потребности на групите от реални и потенциални потребители. В по-общ план „в много от сферите на обществения живот се налага извършване на проучвания относно потребностите на определени социални групи“ (Velikova, 2021). Изключение не прави и сферата на услугите. Провеждани са редица изследвания, насочени към потребителите им, но научен интерес представлява и проучване на самата фирмена дейност в сектора „Услуги“.

В рамките на разработката са представени резултати от изследване на съвместните управленски и маркетингови дейности на предприятията, предоставящи услуги от Велико Търново и областта. В методологически план то е проведено в област Велико Търново по метода на полустандартизираното интервю с 92 мениджъри от сектор „Услуги“ в периода февруари – септември 2018 г.

Предмет на разработката са осъществяваните съвместни фирмени дейности в управленски и маркетингов аспект, а обект са предприятията от сферата „Услуги“ в област Велико Търново.

Основната цел е насочена към разкриване на спецификите в кооперираните дейности от споменатите аспекти на фирмената дейност при фирмите за услуги.

### Извършване на съвместни дейности с други организации

Съвсем малка част от фирмите за услуги във Великотърновска област нямат съвместни дейности с други организации. Повечето декларират сътрудничество в някакъв аспект от фирмената дейност. Таблица 1. представя основните направления на сътрудничество.

Табл. 1. Съвместни дейности с други организации

№	Отговори	Отн. дял /%/
1	Коопериране с други организации с цел получаване на по-изгодни условия (например отстъпки в цените) от доставчици на суровини и материали	25,0
2	Използване складови бази за суровини и материали съвместно с други организации	6,3
3	Използване системи за планиране и контрол на производствен процес съвместно с доставчици или клиенти	12,5
4	Използване системи за управление/контрол на качество съвместно с други организации	6,3
5	Използване складови бази за готова продукция съвместно с други организации	0,0
6	Съвместно намиране на купувачи и продавачи	18,7
7	Общи правила за продажбите и сервиза	18,7
8	Дългосрочни договори с доставчици	18,7
9	Съвместни обучения и семинари	43,7
10	Консултации с водещи организации	18,7
11	Обмен на персонал с други организации	12,5
12	Съвместна реализация на обекти	12,5
13	Участие в кълстери	0,0
14	Други съвместни практики	6,3
15	Нито една от посочените практики на съвместна дейност	12,5

Най-често фирмите за услуги от Велико Търново и региона си сътрудничат при организирането на семинари и обучения, както и с цел получаване на по-изгодни условия от доставчици. Сравнително често сътрудничество се наблюдава и при съвместното търсене на продавачи и купувачи, формиране на общи правила за продажби и обслужване, консултации с водещи в бранша. Фирмите за услуги от областта нямат практика с участие в кълстерни форми. Те не декларират и съвместно използване на складови бази за готова продукция, което е логично във връзка с извършваната от тях дейност.

### Форми на съвместна дейност с други организации

Различните форми на съвместни дейности, извършвани от предприятията в сферата на услугите от област Велико Търново, са демонстрирани в Таблица 2.

Табл. 2. Форми на съвместни дейности

№	Отговори	Отн. дял /%/
1	Съвместна дейност с други организации, свързани с проучвания, анализи и разработки за създаване на нови продукти и услуги	18,7
2	Съвместна дейност с други организации във връзка с проучвания, анализи и разработки за съвместно навлизане на нови пазари	25,0
3	Общи инвестиции с други организации за създаване или придобиване на нови производствени мощности	6,3

4	Общи инвестиции с други организации в изграждане на прилежаща инфраструктура	6,3
5	Общи инвестиции с други организации по отношение съвместна научноизследователска дейност (проучвания и разработки по технически, технологични, организационни и други проблеми)	18,7
6	Временно сдружение за участие в търг	6,3
7	Съвместно изпълнение на строителство	6,3
8	Нямат общи проекти с други фирми	43,7

Великотърновските предприятия за услуги в най-голяма степен осъществяват съвместна дейност с други организации с цел извършване на проучвания, анализи и разработки за съвместно навлизане на нови пазари. На следващо място те прибегват до съвместни проучвания, анализи и разработки за създаване на нови продукти и услуги, както и до инвестиции в съвместна научноизследователска дейност.

### Франчайз

Малка част от великотърновските фирми, предлагащи услуги, са част от франчайзингова форма на организиране на бизнеса. Само 6,3% от предприятията в сферата декларират франчайзингови взаимоотношения и то единствено под формата на предоставяне на услуги, което е логично за този сектор.

Без значение дали участват в такава организационна форма, техните мениджъри оценяват какви предимства биха придобили чрез участието им във франчайз. Резултатите са представени в Таблица 3.

**Табл. 3.** Предимства от участието във франчайз

№	Отговори	Отн. дял /%/
	Предлагане на продукт с наложена търговска марка (бренд)	37,5
	По-малък риск от пазарен провал	0,0
	Възможност за централизирана рекламна и PR кампания	18,7
	Ползване на изпитана технология	18,7
	Фирмено обучение	12,5
	Не могат да преценят	37,5

Като най-голямо предимство на участието си във франчайз ръководителите на фирми за услуги от област Велико Търново виждат в предлагането на продукт с вече наложена търговска марка. Мениджърите отчитат и възможностите за централизирани рекламни кампании, изпитани технологии и специализирано фирмено обучение.

### Оценка на сътрудничеството в сферата на организация и управление на фирмените дейности

Половината от фирмите в сфера „Услуги“ от областната икономика осъществяват сътрудничество по отношение на организацията и управлението на фирмените дейности. Оценките на ефективността от тези съвместни дейности са посочени в Таблица 4.

**Табл. 4.** Оценка на сътрудничеството в сферата на организация и управление на фирмените дейности

№	Отговори	Отн. дял /%/
	Слабо	12,5
	Задоволително	12,5
	Добро	6,3
	Много добро	18,7

	Отлично	0,0
	Нямат такова сътрудничество	50,0

В най-голяма степен мениджърите на предприятията за услуги оценяват като много добро сътрудничеството си с други фирми в организацията и управлението на дейността, но сравнително голяма част дават също слаби и задоволителни оценки, а отлично оценяване липсва.

### **Оценка на ефекта от съвместните дейности в областите маркетинг, реклама, обща дистрибуторска мрежа**

По-голямата част от фирмите за услуги в областната икономика осъществяват специфично сътрудничество в сферата на маркетинга, рекламата и дистрибуторската мрежа. Таблица 5. демонстрира оценката на тези съвместни дейности.

**Табл. 5.** Оценка на ефекта от съвместните дейности в областите маркетинг, реклама, обща дистрибуторска мрежа

№	Отговори	Отн. дял /%/
	Слаб	18,7
	Задоволителен	12,5
	Добър	12,5
	Много добър	18,7
	Отличен	6,3
	Нямат подобна съвместна дейност с други организации	31,2

Оценките на съвместните маркетингови дейности са разнопосочни. Видно е, че преобладават много добрите, но и слабите оценки, срещат се и задоволителни, добри оценки, а отличните оценки са с най-малък дял.

### **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Повечето предприятия от сектор „Услуги“ в област Велико Търново осъществяват съвместни дейности с други фирми. Най-често сътрудничество се осъществява при организирането на семинари и обучения, както и с цел извършване на проучвания, анализи и разработки за съвместно навлизане на нови пазари. Половината от разглежданите предприятия извършват съвместни дейности в сферата на организацията и управлението, а в по-голяма степен дори си сътрудничат с други организации с цел подобряване на маркетинговата дейност. Последното сътрудничество обаче не е достатъчно добре оценено от мениджърите в сектора и следва да се насочат повече усилия в подобряване ефективността на съвместните маркетингови дейности.

### **REFERENCES**

**Genova, Z., Kotsev, T, Dimitrov, M. & Ileva, R. (2011).** *Synergy and competitiveness of Bulgarian enterprises (synergy models)*, Plovdiv. (in Bulgarian)

**Velikova, A. (2021).** Planning and development social services in the regional aspect, *Proceedings of the Scientific Conference “Logistics and Public Systems”, 25–26 February 2021*, Veliko Tarnovo: National Military University. (in Bulgarian)

#### **За контакти:**

Цанко Стефанов, доцент, доктор  
Служебен адрес: В. Търново 5000, ул. „Арх. Георги Козаров“ № 1,  
ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“, Стопански факултет  
катедра „Икономическа теория и международни икономически отношения“  
Ел. поща: tsanko.stefanov@abv.bg