

УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ  
САОБРАЋАЈНИ ФАКУЛТЕТ

Др Драгана В. Мацура

Др Небојша Ј. Бојовић

# МАРКЕТИНГ У ЖЕЛЕЗНИЧКОМ САОБРАЋАЈУ

БЕОГРАД  
2021.

Рецензенти:	др Никола Кнежевић др Дејан Петровић
За издавача:	др Небојша Бојовић, декан
Главни и одговорни уредник:	др Маријана Петровић
Корице:	УКТ тржишне комуникације, 11000 Београд, Васе Пелагића 5 телефон: 060 / 3777-343
Издавач:	Универзитет у Београду – Саобраћајни факултет, Војводе Степе 305; телефон: 3976-017; факс: 3096-704; <a href="http://www.sf.bg.ac.rs">http://www.sf.bg.ac.rs</a>
Припрема:	Студио ОТИСАК e-mail: <a href="mailto:design@studiotisak.co.rs">design@studiotisak.co.rs</a>
Штампа:	Пекограф д.о.о., 11080 Земун, Војни пут 258/d телефон/факс: 3149-166; e-mail: <a href="mailto:pekograf@sbb.rs">pekograf@sbb.rs</a> ; <a href="http://www.pekograf.com">http://www.pekograf.com</a>
Тираж:	100 примерака

ISBN 978-86-7395-446-2

DOI <https://doi.org/10.37528/FTTE/9788673954462.ZE>

На основу одлуке Уређивачког одбора Саобраћајног факултета Универзитета у Београду број 1182/2 од 25. новембра 2021. године, одобрава се за употребу у настави као основни уџбеник за предмете: “Маркетинг у железничком саобраћају” на основним студијама, “Тржишно и маркетиншко пословање железнице” на основним студијама и “Маркетинг менаџмент на железници” на мастер студијама.

**CIP – КАТАЛОГИЗАЦИЈА У ПУБЛИКАЦИЈИ**  
**Народна библиотека Србије, Београд**

656.2:339.138(075.8)(0.034.2)

**МАЦУРА, Драгана, 1982-**

Маркетинг у железничком саобраћају [Електронски извор] / Драгана В. Мацура, Небојша Ј. Бојовић. - 1. изд. - Београд : Саобраћајни факултет, 2013 (Земун : Пекограф). - 1 електронски оптички диск (CD-ROM) ; 12 cm

Маркетинг у железничком саобраћају. - Тираж 100. - Белешке о ауторима. - Библиографија. - Системски захтеви: Нису наведени.

ISBN 978-86-7395-446-2

doi: [10.37528/FTTE/9788673954462.ZE](https://doi.org/10.37528/FTTE/9788673954462.ZE)

1. Бојовић, Небојша, 1963- [аутор]  
а) Железнички саобраћај -- Маркетинг

COBISS.SR-ID 52802313



	<b>УВОД</b>	<b>9</b>
<b>1</b>	<b>1. ОСНОВЕ МАРКЕТИНГА И ЖЕЛЕЗНИЧКЕ УСЛУГЕ</b>	<b>11</b>
	1.1 Основе маркетинга	13
	1.2 Специфичности железничке услуге	16
	1.3 Анализа окружења	25
	1.4 Железничко транспортно тржиште	34
	1.5 Мисија и визија компаније, SWOT анализа и SMART циљеви	47
	1.6 Тражња и понуда транспортних услуга	54
	1.7 Врсте тржишта транспортних услуга	65
	1.8 Управљање маркетингом	68
	1.9 Холистички маркетинг	82
<b>2</b>	<b>2. УПРАВЉАЊЕ ОДНОСИМА С КОРИСНИЦИМА ЖЕЛЕЗНИЧКИХ УСЛУГА - ЗАДОВОЉСТВО, ЛОЈАЛНОСТ И ПРОФИТАБИЛНОСТ КОРИСНИКА УСЛУГА</b>	<b>91</b>
	2.1 Сегментација тржишта	94
	2.2 Задовољство корисника железничких услуга	98
	2.2.1 Како мерити задовољство корисника услуга?	100
	2.2.2 Како утицати на задовољство корисника услуга?	104
	2.3 Лојалност корисника железничких услуга	105
	2.3.1 Како мерити лојалност корисника железничких услуга?	106
	2.3.2 Како утицати на лојалност железничких путника?	107
	2.4 Веза између задовољства и лојалности корисника железничких услуга	109
	2.5 Веза између ангажовања запослених и лојалности корисника железничких услуга	111
	2.6 Профитабилност корисника железничких услуга	112
	2.6.1 Како мерити профитабилност корисника железничких услуга?	114
	2.6.2 Како утицати на профитабилност корисника услуга?	116
<b>3</b>	<b>3. МАРКЕТИНГ МИКС ЗА ЖЕЛЕЗНИЧКЕ УСЛУГЕ</b>	<b>119</b>
	3.1 Квалитет	123
	3.2 Цена	128
	3.3 Дистрибуција	144
	3.4 Промоција	155

<b>4</b>	<b>4. СТВАРАЊЕ КОНКУРЕНТСКЕ ПРЕДНОСТИ ЖЕЛЕЗНИЦЕ И ЖЕЛЕЗНИЧКЕ КОМПАНИЈЕ</b>	<b>159</b>
	4.1 Анализа микромаркетинг окружења	164
	4.2 Управљање тражњом и понудом	168
	4.3 Маркетинг стратегије продаје железничких транспортних услуга	171
	<b>СТУДИЈЕ СЛУЧАЈА</b>	<b>181</b>
	1. Коефицијент еластичности тражње у односу на промену квалитета	183
	2. Доношење одлука помоћу Табеле жаљења	185
	3. Примена K-means методе за кластеровање железничког тржишта	187
	4. Кано модел за повећање задовољства корисника железничких услуга	190
	5. Вишекритеријумски приступ за оцену задовољства корисника железничке транспортне услуге/железничке станице	197
	6. Дискриминациона анализа за одређивање најзначајнијих атрибута железничке услуге	206
	7. Примена динамичког програмирања за расподелу ресурса на маркетинг активности	210
	8. Теорија игара у маркетингу и продаји на железници	214
	8.1 Ценовна стратегија	215
	8.2 Затвореникова дилема	216
	8.1 Реклама	218
	8.4 Улазак на тржиште	221
	9. Додатни задаци	224
	<b>КОРИШЋЕНА ЛИТЕРАТУРА</b>	<b>229</b>
	<b>БЕЛЕШКЕ О АУТОРИМА</b>	<b>234</b>



Књига „Маркетинг у железничком саобраћају“ намењена је студентима основних и мастер академских студија на Модулу за железнички саобраћај и транспорт Универзитета у Београду - Саобраћајног факултета. Књигу могу да користе и студенти других модула, односно факултета, као и сви они који се интересују за железничке услуге, железничко тржиште или за маркетинг и продају транспортних услуга.

Књига је написана тако да се читаоци упознају са основама маркетинга, али са примерима са транспортног, односно са железничког тржишта.

Књига се састоји из два дела. Теоретска основа маркетинга представљена је у првом делу, који има четири поглавља: Основе маркетинга и железничке услуге; Управљање односима с корисницима железничких услуга - задовољство, лојалност и профитабилност корисника железничких услуга; Маркетинг микс за железничке услуге; Стварање конкурентске предности железнице и железничке компаније. И на крају, у другом делу књиге приказани су савремени приступи за решавање одабраних задатака маркетинга у железничком саобраћају кроз неколико студија случаја. Циљ свих изложених примера и развијених модела јесте повећање продаје железничких транспортних услуга, односно максимизирање профита железничке компаније.

Аутори се захваљују рецензентима, поштованим и драгим колегама: проф. др Николи Кнежевићу са Саобраћајног факултета и проф. др Дејану Петровићу са Факултета организационих наука на корисним сугестијама за побољшање оригиналног рукописа. Такође, велику захвалност дугујемо и колегама Елени Литкенс Димовски и Мирославу Прокићу, који су својим стручним коментарима допринели квалитету уџбеника.

Београд, новембар 2021. година