**ТЕМА 10. ЦЕНОВИ СРАВНЕНИЯ**

**Целите при разработването на тази учебна тема са следните:**

* Определяне на инструментариум за използване и за изучаване на цените.
* Систематизиране на възможности и предимства, които предоставят различните методи за изучаване на цените.
* Формулиране на практическите стъпки при определян на конкурентоспособна цена.

**Съдържание на темата**:

1. Инструментариум за изучаване на цените
2. Методи за изучаване на цените
3. Стъпки при определяне на конкурентоспособните цени

**10.1. Инструментариум за изучаване на цените**

Все по-често ценовите сравнения са желан продукт, а информацията, касаеща ценовата чувствителност на потребителите, е предпочитана. Това предполага търсенето на актуална информация в посока към потребителското възприятие на цените и на ценовата политика на конкурентите. Преди да се пристъпи към анализирането на ценовите изследвания, е необходимо да се потърси отговор на основни въпроси, които често имат характера на стратегически:

* Към каква продуктова категория спада съответната марка? Този въпрос е важен от гледна точка на ценовата еластичност на търсенето.
* Доколко развит е пазарът, и в частност този на конкретната продуктова категория? Важно е до каква степен пазарът е завладян от търговските марки - при липсата на марки цената е много силен фактор, предопределящ избора.
* Каква е ценовата стратегия, предприета от компанията? От значение е какви са конкретните цели на компанията в краткосрочен и дългосрочен план.
* Доколко интензивна е конкуренцията? При липсата на сериозна конкуренция е излишно да се прецизират цените, просто компанията определя желаните нива. Едва след това може да се пристъпи към интерпретиране на резултатите от нарочно проведени изследвания, които да ориентират компаниите за подходящите цени, с които да се атакува пазарът.

**10.2. Методи за изучаване на цените**

Изучаването на цените съчетава качествения и количествения анализ. На първоначалните етапи и на по-ниските йерархически равнища количественият аспект в проучванията има превес. Впоследствие и на по-високите равнища в управлението нараства значението на качествените обобщения на обработената информация.

Количественото изучаване на цените чрез сравнения се основава върху познаване и ползване на методология и на методи от различни приложни дисциплини за анализ, като:

* статистика;
* изследване на операциите;
* иконометрия;
* информатика и други.

Обект на количествен анализ са два вида ценови сравнения:

* абсолютни сравнения, които изследват обикновено динамиката на цените;
* относителни сравнения, които разкриват съотношенията на цените.

Цените са динамична категория. Те се изменят постоянно във времето и в пространството. Закономерностите в динамиката на цените не могат обаче да се открият във всеки акт на покупко-продажба. Количественият анализ на цените и влиянието на системата от фактори върху тях са възможни само когато се изследват като масов процес.

За целите на анализа и на прогнозирането на цените е необходимо да се разграничат:

* масовите закономерности в динамиката на цените, определени от основните и от постоянно действащите причини за промените на цените, обект на ценови проучвания. На тях съответства систематичният (постоянен) елемент в динамиката на цените;
* допълнителните причини, характерни за конкретни случаи, които отклоняват цените от тяхната стойност. Наричат се случайни отклонения или смущения.

Съществените връзки, закономерностите при движението на цените не се проявяват в чист вид, а имат стохастичен характер. Съществуват различни статистически и иконометрични модели, чрез които се очертават тенденциите и се анализират отклоненията в процеса на ценовите промени.

Основните типови разновидности на движение на цените, които ги съставляват и се проявяват през различни периоди от време, са следните:

**Тренд**. Тенденция или общо направление на развитието на цените, която се наблюдава през сравнително дълъг период от време. Трендът определя систематичните изменения на цените.

**Циклични (конюнктурни) колебания**. Те зависят от цикличното развитие на стопанството и на отделните отрасли, при което се редуват фази на подем и криза. Обикновено цикълът следва периодите на обновяване на машините и на съоръженията.

Съществуват и специални цикли, които не са свързани непосредствено с процеса на възпроизводство, например биологичните.

**Сезонни колебания**. Те представляват краткосрочни изменения на цените в рамките на една година.

Цикличните и сезонните колебания са периодични изменения на цените.

**Случайни колебания**. Те са резултат от случайни фактори, породени от природни, социални, икономически и други сътресения. Тяхната разновидност са спекулативните колебания със сравнително най-къс срок на действие.

Случайните и спекулативните колебания се отнасят към нерегулярните изменения на цените.

В разгърнат вид този подход към изучаването на цените позволява те да бъдат разложени на следните съставни елементи:

Pt = f(t) + Ct + St + Et,

където:

Pt – цена във временен ред;

f(t) – тренд;

Ct – циклични колебания;

St – сезонни колебания;

Et – случайни и спекулативни колебания.

Чрез този инструментариум се сравняват и изследват абсолютните изменения на цените. Те очертават промените в равнищата на цените и степента на тяхната нестабилност. Нестабилността на цените се разкрива чрез методи на динамичен анализ.

Тези промени определят и относителните изменения. Този вид сравнения са известни още като ценови съотношения. Чрез тях се разкрива степента на неравномерност, която достига до диспропорции в системата на цените.

Най-често ценовите съотношения се определят за:

* една и съща стока или за група от стоки на различни териториални пазари;
* различни стоки и стокови групи. Те от своя страна се подразделят на:

= вертикални съотношения на цени и стоки, които са пряко и последователно свързани в производствения процес;

= хоризонтални съотношения на цени на взаимозаменяеми стоки, с които се удовлетворяват едни и същи потребности.

В зависимост от това къде се произвеждат стоките съотношенията на техните цени могат да бъдат:

междуотраслови;

вътрешноотраслови;

вътрешногрупови.

|  |
| --- |
| Пример: Изключение от установената практика клиентите сами да намират по-ниска цена представлява промоцията на ниски цени на Esso – предприятие за бензин и газ, част от групата Exxon. Нейната електронна страница Price Watch(Ценова стража) дава възможност на всяка бензиностанция всеки ден да проверява цените на съседите си – конкуренти и ако е нужно да променя собствените си цени – вероятно както в посока надолу, така и нагоре! Според уебсайта на Esso в него ежедневно се проверяват 13,500 конкурентни цени, рекордът за най-бързо коригиране на цената е 44 минути. |

Индексният метод е основният инструмент за изучаване на неравномерността на цените. Първичните данни и обработената информация за цените формират система от ценови показатели. За целите на международния бизнес например те могат да бъдат представени в следната структура (виж фиг. 9.1.) НЯМА СХЕМА!

**10.3. Стъпки при определяне на конкурентоспособните цени**

Ценовите показатели са количествени характеристики на цените, резултат от тяхното съпоставяне, измерени чрез абсолютни, средни и относителни величини.

Ценовите сравнения стоят в основата на методите на ценообразуване на базата на конкуренцията. Това е аналитичен метод, който разкрива и измерва количествено връзката между технико-икономическите и търговските условия на конкурентните изделия, от една страна, и техните цени, от друга. Целта е да се даде парична оценка на различията между тях.

Алгоритъмът на ценовите и на параметричните сравнения включва следните етапи:

* информационно осигуряване;
* анализ и избор на технико-икономически показатели за сравняване на изделията;
* определяне на относителни тегла на технико-икономическите параметри, ако е необходимо и възможно;
* определяне на параметричните различия и на коефициентите за качество;
* парична оценка на параметричните различия и на необходимите коригиращи ценови коефициенти;
* определяне на параметрични конкурентни цени.

Въз основа на този общ модел се разработват конкретни методики за ценови сравнения.