



**НОВ
БЪЛГАРСКИ
УНИВЕРСИТЕТ**

КАЗУС

BAEB 846D и BUBB806D Ценова политика

НА ТЕМА:

**АНАЛИТИЧНО СРАВНЕНИЕ НА ЦЕНОВАТА ПОЛИТИКА НА ДВЕ
ИЛИ ПОВЕЧЕ РЕАЛНО СЪЩЕСТВУВАЩИ КОМПАНИИ**

Изготвил:

Проверил:

2018

УВОД

Авиационната индустрия преминала през дълъг период развитие. Процесът на интернационализация, глобализация и много други фактори значително са увеличили броя на пътуващите хора. Търговски споразумения и разширяването на търговския стокообмен са довели до повишена мобилност на бизнес пътниците. Поведението на туристите също се е променило. Всички тези фактори са оказали значително влияние върху стратегиите за ценообразуване на авиокомпаниите.

Традиционните превозвачи могат да предлагат два вертикални качествени продукта (икономична класа и бизнес класа, достъп до VIP салон и без VIP достъп), докато превозвачите от т.нар. low-cost модел предлагат само един вид продукт (икономична класа и без достъп до VIP салон). Клиентите на този продукт могат да бъдат разделени на два вида, бизнес пътници и туристи. И двете категории имат различни предпочитания и търсят качествения продукт. Тези различия оказват значително влияние върху насоките на ценовата политика на компаниите в индустрията.

Анализът на ценообразуването от самолетните компании ще бъде съсредоточен върху изясняване на основните различия в стратегии на ценообразуване в зависимост от различни фактори. Избрани са маршрутите Прага - Париж, Прага - Амстердам, Прага - Брюксел и Прага - Рим, обслужвани от CSA, Air France, KLM, Brussels Airlines, Easyjet и Smartwings. Маршрутите са наблюдавани през следните периоди: летен сезон, есен и зима. За анализа са избрани тридневни пътувания петък-понеделник, както и едnodневно и двудневно пътуване през делничните дни, които се използват предимно от бизнес пътници. Цените на билетите са налични на сайтовете на авиокомпаниите.

1. Фактори влияещи на цените

Стратегиите за ценообразуване на авиокомпаниите главно зависят от решенията на самата компания и използваните методи за управлението на приходите. Но има три основни външни фактора които оказват значително влияние върху цените на самолетни билети: структура на пазара, търсенето и оперативни фактори. Структурата на пазара се разбира като външната средата, в която превозвачът извършва своите полети и начина, по който се регулира дейността ѝ в страната. Външната среда е повлияна от различни правителствени разпоредби, икономика, пазарната конкуренция, международни отношения и т.н. Признато е, че търсенето оказва влияние върху цената на билетите. Ако търсенето е по-голямо цените се увеличават. Напротив, ако търсенето на въздушен