



**УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО
И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО**

**Факултет: "Международна икономика и политика"
Катедра: "Международни икономически отношения и
бизнес"**

МАРИЯ ЦВЕТАНОВА ХРИСТОВА-ПОЛИТИКОВА

**ПРИЛОЖЕНИЕ НА ДИНАМИЧНОТО
ЦЕНООБРАЗУВАНЕ ПРИ АВТОМОБИЛНИТЕ
ПРЕВОЗИ ОТ И ЗА БЪЛГАРИЯ**

АВТОРЕФЕРАТ

на дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор” по научна специалност: “Световно стопанство и МИО” (Международни пазари и цени)

НАУЧЕН РЪКОВОДИТЕЛ: ДОЦ. Д-Р ВАСИЛ ПЕТКОВ

София, 2021 г.

Дисертационният труд е в обем от 202 страници и се състои от увод, три глави, заключение, използвана литература и приложения. В основния текст и в приложенията са включени 30 таблици, 5 фигури, 17 графики и 12 диаграми. Списъкът с използвана литература съдържа 136 източника.

Дисертационният труд е обсъден и насочен за защита от катедра „Международни икономически отношения и бизнес“ на редовно заседание на катедрения съвет, проведено на 16.12.2021г. Авторът на дисертационния труд е задочен докторант към катедрата.

Защитата на дисертационния труд ще се състои на 10.03.2022 г. от 14:00 ч. в зала „Научни съвети“ на УНСС на открито заседание на научното жури. Материалите по защитата са на разположение на всички интересувачи се лица в сектор „Научни съвети и конкурси“ на дирекция „Наука“ при УНСС и на интернет страница на www.unwe.bg.

I. ОБЩА ХАРКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. Актуалност и значимост на темата

Обективна предпоставка за възникване на динамичното ценообразуване са съвременните условия, при които функционира пазарният механизъм. Те се отличават с много по-голяма прозрачност, с по-висока степен на информираност на участниците, а оттам и с много по-висока степен на конкурентност. Тази особеност на съвременните пазари е свързана с развитието на информационните технологии. Съвременното технологично ниво дава много по-големи възможности за анализ на продажбите и тяхното проследяване във времето, както и за разглеждане на въздействието на множество разнообразни ценообразуващи фактори. Дисертацията изследва приложимостта на горепосочения метод за ценообразуване при международните товарни превози по шосе от и за България и възможностите чрез него да се подобрят финансовите резултати на транспортната фирма.

Транспортът има много голямо значение за пълноценния производствено-технологичен процес. Предимството на автотранспорта пред останалите видове транспорт е, че товарните автомобилни превози могат да се организират за много по-кратки срокове и по този начин да отговорят на бързоразвиващите се и променливи икономически и пазарни условия. Товарният автомобилен транспорт е един от ключовите фактори за конкурентоспособността на националната икономика.

Значимостта на автотранспорта за българската икономика се откроява в годините на прехода към пазарно стопанство. През последните две десетилетия темповете на развитие на международните автомобилни превози за българската и европейската икономика изпъкват на фона на другите видове транспорт.

Наред с тенденцията за изпреварващи темпове на развитие на автомобилния транспорт в сравнение с другите видове транспорт се очертава и друга, която засяга самия автотранспорт. След 2007 г. до днес въпросът за икономическите резултати на автотранспортната фирма става все по-актуален. Икономическата криза от 2007 г. стартира процес на намаление на цените, който все още не е овладян. Същевременно разходите на транспортните фирми постоянно нарастват под натиска на по-високите технологични и екологични изисквания към транспортните средства и тяхната експлоатация. В резултат на двете разнопосочни тенденции - за намаляване на цените на транспортните услуги и за увеличаване на разходите - въпросът за финансовия

резултат от икономическата дейност на фирмата и възможните начини за неговото подобряване става все по-важен и актуален.

Значението на дисертационния труд в теоретичен аспект се изразява в стремежа на автора да проследи и анализира еволюцията от традиционните методи на ценообразуване към динамичното ценообразуване. Ключовият момент в този анализ е промяната в отношението “стойност – цена”. Без значение дали се разглеждат класическите теории за цените, неокласическите или съвременните маркетингови стратегии връзката “стойност - цена” е ключът към успешното ценообразуване. Променя се само гледната точка към нея, а именно от вътрешноприсъща стойност на стоката до възприемана стойност от потребителите като мярка за ползите, които им носи. Достига се до изводи за съдържанието на отношението “стойност - цена“ при динамичното ценообразуване и за мястото му в системата на методите за ценообразуване. Мястото му в тази система е сред пазарните методи „от търсенето“. Обръща се специално влияние на дискриминационното ценообразуване, както и на ценообразуването при жизнения цикъл на продукта по модела на Ф. Бас, в които залягат основните идеи на динамичното ценообразуване.

Авторът проучва различни гледни точки на съвременни автори за динамичното ценообразуване, откроява характерните му особености, разкрива при какви условия се прилага и по този начин формулира разширена дефиниция за специфичния метод на ценообразуване.

Същевременно се анализира пазарът на автомобилни товарни превози като тип пазарна структура според степента на конкурентност. Посочват се методите на ценообразуване, характерни за тази тип пазар. Обърнато е внимание върху специфични особености на българския пазар на товарни автотранспортни услуги, на зависимостта и чувствителността му към различни ценообразуващи фактори. Откроява се система от ценообразуващи фактори с ключово значение за динамичното ценообразуване.

Практическата значимост на дисертационния труд може да се търси в задълбочения емпиричен анализ на пазара на международни товарни услуги с начална или крайна дестинация България, с акценти върху условията, при които пазарът функционира. Специално внимание е обърнато на ценообразуващите фактори, защото именно те са в основата на динамиката на пазара. Промените, които настъпват в ценообразуващите фактори, водят до формирането на различните ценови тенденции през

отделните периоди. Паралелното наблюдение върху промените в разходите на транспортната фирма заедно с извеждането на ценовите тенденции през отделните периоди насочва вниманието към влошаване на финансовите резултати от икономическата дейност на фирмата. Практическата значимост на дисертационният труд в най-висока степен се изразява в доказателството, че за българския пазар на товарни автотранспортни услуги са налице условията, за да се приложи динамично ценообразуване. Аргументира се модел за формиране на динамична цена. Доказва се чрез реални примери връзката между приложението на динамичното ценообразуване и финансовите резултати на автотранспортната фирма.

2. Основна изследователска теза

Тезата на настоящата дисертация е да се докаже, че динамичното ценообразуване е приложимо при международните товарни автомобилни превози от и за България и е възможно решение за подобряване на финансовите резултати от икономическата дейност на автотранспортната фирма. Могат да се разграничат три основни хипотези:

Хипотеза 1: Динамичното ценообразуване е съвременен еволюционен вариант на пазарните методи на ценообразуване “от търсенето”, които обикновено се прилагат на пазари с монополистична конкуренция.

Хипотеза 2: Типът на пазарната структура според степента на конкуренция на товарните автомобилни превози от и за България, особеностите в динамиката на търсенето и характерните за този пазар ценообразуващи фактори са предпоставка за приложението на динамично ценообразуване.

Хипотеза 3: Приложението на динамичното ценообразуване като управленски инструмент за повишаване на приходите води до подобряване на финансовия резултат на транспортната фирма при наличие на съответната фирмена организация и технологична обезпеченост.

3. Цел и задачи на дисертационния труд

Целта на разработката е да се докаже приложимостта на динамичното ценообразуване при международните товарни превози от и за България. Открояват се характерните особености на пазара на международни товарни превози, които са предпоставка за приложението на новия метод за ценообразуване. Посочват се

условията, на които трябва да отговаря фирмата, която прилага динамично ценообразуване. Описва се процесът на приложение и се извежда модел за динамична цена като се проверява ролята му за повишаване на приходите от продажбите на транспортната фирма.

За реализиране на поставената цел се оформят следните изследователски задачи:

- Да се обърне внимание на традиционните методи за ценообразуване и на приложението им при различните типове пазари според степента на конкуренция;
- Да се намери мястото на динамичното ценообразуване в системата на традиционните методи за ценообразуване и да се определи към кои методи се отнася според характерните му особености;
- Да се дефинира динамичното ценообразуване;
- Да се открият характерните особености на динамичното ценообразуване и да се разкрие при какви условия обичайно се прилага;
- Да се опише процеса на динамичното ценообразуване;
- Да се изследва българският пазар на международни автотранспортни услуги като се вникне в неговия генезис и фирмена структура и да се определи типа на пазарната му структура според степента на конкурентност;
- Да се очертае правната рамка на международния товарен автотранспорт и да се докаже, че не съществуват законови и административни пречки за приложение на динамичното ценообразуване;
- Да се открият факторите, влияещи върху развитието на товарния автотранспорт;
- Да се изследва как правната рамка на международните превози влияе върху фирмените разходи и респективно – фирмените резултати;
- Да се изследва системата от ценообразуващи фактори при международния товарен автотранспорт;
- Да се открият периодите на развитие и да се очертаят ценовите тенденции;
- Да се проследи тенденцията в резултатите на транспортната фирма от развитието на сектора в пазарни условия до днес;
- Да се докаже, че на българския пазар на товарни автотранспортни услуги са налице условия за прилагане на динамично ценообразуване;

- Да се създаде модел за динамично ценообразуване и да се опише процеса на приложението му при фирма, извършваща международни товарни превози от и за България;
- Да се потърси връзка между приложението на динамичното ценообразуване и финансовия резултат на автотранспортната фирма.

4. Обект, предмет и обхват на изследването

Обект на изследването е международният товарен автотранспорт - превозите от и за България.

Предмет на изследването е динамичното ценообразуване като различен нетрадиционен начин за ценообразуване при товарните автотранспортни услуги.

Обхватът на изследването във времеви аспект касае периода от прехода към пазарно стопанство в България 1990-1995 г., когато се формира пазарът на автотранспортни услуги на пазарен принцип и с характерните особености валидни и днес, до 2021 г. В този времеви диапазон се открояват два основни периода – преди членството на България в ЕС и след приемането ѝ в ЕС. В отраслово отношение обхватът на дисертацията включва освен автомобилния и другите видове транспорт за целите на сравнението по темпове на развитие и извеждане на отличителните черти, които са причина за по-бързите темпове на развитие на автомобилния транспорт в сравнение с водния и железопътния например. Разгледани са също въздушния и железопътния транспорт (в Русия) и някои други сфери на услугите, където вече се прилага динамично ценообразуване.

5. Методология на изследването

В дисертационния труд авторът прилага общологическите методи на изследване като анализ, синтез, обобщение, индукция, дедукция като залага също на сравнителен анализ и емпирични методи. В хода на разработката е извършено систематизиране на статистически данни, изчисляване на отделни показатели и проследяване на тяхната динамика като всички те са графично и таблично представени и икономически интерпретирани. Използван е следният изследователски инструментариум:

- ✓ проучване на научната литература, свързана с методите на ценообразуване – книги, монографии, студии, научни разработки, статии в периодични издания на български и чуждестранни автори;
- ✓ търсене и проучване на разработки, свързани с динамичното ценообразуване и сферите му на приложение - предимно от чуждестранни източници – научни разработки, статии в периодични научни издания;
- ✓ обзор на международни нормативни документи и регламенти на ЕС по въпросите на транспортната политика, които очертават правната рамка за развитие на международния товарен автотранспорт;
- ✓ събиране, обработка и систематизиране на данни, касаещи ключови параметри за международния сухопътен транспорт; представянето им в графичен и табличен вид; сравнителен анализ на различни показатели във времеви план и изчисляване на вторични показатели за целите на научните задачи;
- ✓ проучване и анализ на казуси, свързани с приложението на динамичното ценообразуване от транспортната фирма;
- ✓ сравнителен анализ по емпирични данни на приходите при статично и динамично ценообразуване;
- ✓ доказване на подобряването на финансовите резултати на транспортната фирма при приложение на динамичното ценообразуване.

6. Основни информационни източници

За информационното обезпечаване на изследването са използвани различни информационни източници – български и международни статистически организации като НСИ, Евростат, Световната банка; регламенти и нормативни актове на Европейската комисия свързани с ОТП на ЕС; нормативна база на Република България и ЕС в областта на товарния автотранспорт; доклади, стратегии и други публикации на Министерството на транспорта, информационните технологии и съобщенията (МТИТС); доклади и стратегии на Министерството на икономиката; научни публикации в местни и чуждестранни печатни издания по въпроса за приложение на динамичното ценообразуване; монографии и цялостни разработки на български и чуждестранни автори; публикации в интернет и др.

Съзнателните ограничения при провеждане на изследването произтичат от липсата на изчерпателни данни за систематичен анализ по част от поставените задачи за реализиране целта на дисертацията. Темата на дисертацията налага да се проучи голям обем материя, свързана както с ценообразуването, така и с транспорта, което е трудоемък процес. Налага се докторантът да анализира първични данни и на тяхна база да извлича необходимата информация за наблюдаваните тенденции. Въпросът за динамичното ценообразуване не е разглеждан подробно в книги и монографии и особено неговото приложение при автомобилите превози. Научните разработки до момента касаят приложението му при ценообразуването на ЖП и авиопревози. По аналогия с тях докторантът сам разработва система за приложение на динамичното ценообразуване при товарните автомобилни превози, определя коефициенти на значимост и формулира зависимост между тях и динамичната цена.

II. СТРУКТУРА И СЪДЪРЖАНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Дисертационният труд се състои от увод, три глави, заключение, списък с използваната литература и приложения. Общият му обем е 202 страници, от които 181 страници основен текст. В изложението са представени 22 таблици, 17 графики, 5 фигури, 4 диаграми и 5 приложения. Съдържанието е както следва:

СПИСЪК НА ИЗПОЛЗВАНИТЕ СЪКРАЩЕНИЯ.....	4
СПИСЪК НА ИЗПОЛЗВАНИТЕ ТАБЛИЦИ.....	5
СПИСЪК НА ИЗПОЛЗВАНИТЕ ГРАФИКИ.....	6
СПИСЪК НА ИЗПОЛЗВАНИТЕ ДИАГРАМИ.....	7
СПИСЪК НА ИЗПОЛЗВАНИТЕ ФИГУРИ.....	7
СПИСЪК НА ПРИЛОЖЕНИЯТА.....	7
УВОД.....	8

ПЪРВА ГЛАВА

АНАЛИТИЧНИ ПОСТАНОВКИ ЗА ТРАДИЦИОННИТЕ МЕТОДИ НА ЦЕНООБРАЗУВАНЕ И НОВАТА КОНЦЕПЦИЯ ЗА ДИНАМИЧНОТО ЦЕНООБРАЗУВАНЕ.....16

1.1. Теориите за ценообразуването – аналитични постановки.....	16
1.2. Методи на ценообразуване.....	20
1.2.1. Разходният принцип и калкулативните методи на ценообразуване.....	22
1.2.2. Пазарни методи на ценообразуване.....	27
1.3. Характеристики на ценообразуването в сектора на услугите.....	41
1.4. Новата концепция за динамичното ценообразуване.....	43
1.4.1. Възникване, същност и характеристики на динамичното ценообразуване.....	43
1.4.2. Приложение на динамичното ценообразуване.....	55

ВТОРА ГЛАВА

БЪЛГАРСКИЯТ ПАЗАР НА МЕЖДУНАРОДНИ АВТОТРАНСПОРТНИ УСЛУГИ – ХАРАКТЕРИСТИКИ, ПРАВНА РАМКА И ФАКТОРЕН АНАЛИЗ.....67

2.1. Характеристики, фактори и правна рамка на международния товарен автотранспорт.....	68
2.1.1. Възникване и специфики.....	68
2.1.2. Фактори, които влияят върху развитието на международния товарен автотранспорт.....	76
2.1.3. Правна рамка на товарния автотранспорт.....	80
2.2. Система от ценообразуващи фактори.....	86
2.2.1. Нормативни ценообразуващи фактори.....	87
2.2.2. Пазарни ценообразуващи фактори.....	99
2.2.3. Вътрешнофирмени ценообразуващи фактори.....	106

2.3. Проявление на ценообразуващите фактори след присъединяването на България към Единното европейско пространство.....	109
2.4. Периоди в развитието на международния товарен автотранспорт в България след възприемането на пазарния модел до днес.....	114
2.4.1 Пазарът на международни автотранспортни товарни услуги от установяването му при пазарни условия до членството на България в ЕС – основни тенденции.....	115
2.4.2.Пазарът на международни автотранспортни товарни услуги от членството на България в ЕС до днес – основни тенденции	120

ТРЕТА ГЛАВА

ЕМПИРИЧНО ИЗСЛЕДВАНЕ НА ПРИЛОЖЕНИЕТО НА ТРАДИЦИОННИТЕ МЕТОДИ ЗА ЦЕНООБРАЗУВАНЕ ПРИ МЕЖДУНАРОДНИТЕ АВТОМОБИЛНИ ПРЕВОЗИ И ТЯХНАТА АЛТЕРНАТИВА “ДИНАМИЧНОТО ЦЕНООБРАЗУВАНЕ”.....139

3.1. Цени и ценообразуване на товарните превози. Калкулативни методи.....	139
3.2. Динамичното ценообразуване и товарният автомобилен транспорт.....	147
3.3. Процес, модел и приложение на динамичното ценообразуване при автомобилните товарни превозите от и за България.....	153
3.3.1. Модел за формиране на динамичната цена.....	155
3.3.2. Приложение на модела за динамичната цена.....	159
3.4. Динамичното ценообразуване – инструмент за подобряване на фирмените резултати на автотранспортната фирма и рискове при прилагането му.....	168
3.4.1. Постигане на по-високи приходи за фирмата в резултат на ползване на формулата за динамично ценообразуване.....	169
3.4.2. Постигане на по-високи приходи в резултат на запълване на товарното пространство по пазарни цени.....	171

ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....176

ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА.....182

ПРИЛОЖЕНИЯ.....191

ПРИЛОЖЕНИЕ 1 INCOTERMS	191
ПРИЛОЖЕНИЕ 2 Структуроопределящи групи по внос и износ.....	195
ПРИЛОЖЕНИЕ 3 Внос от ЕС по държави в стойностно изражение.....	197
ПРИЛОЖЕНИЕ 4 Превозени товари по видове транспорт, по направление и от автомобилния транспорт за периода (2012-2019г.).....	198
ПРИЛОЖЕНИЕ 5 Качествени (стойностни) показатели за транспортната фирма за периода 2012 – 2019г.....	202

III. КРАТКО ИЗЛОЖЕНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

В увода е направено кратко въведение относно разглежданата проблематика. Определени са значимостта и актуалността на разработката. Формулирана е основната теза. Определени са обектът, предметът и целта на изследването. Открити са поставените задачи, посочени са основните методи и информационни източници.

ПЪРВА ГЛАВА

АНАЛИТИЧНИ ПОСТАНОВКИ ЗА ТРАДИЦИОННИТЕ МЕТОДИ НА ЦЕНООБРАЗУВАНЕ И НОВАТА КОНЦЕПЦИЯ ЗА ДИНАМИЧНОТО ЦЕНООБРАЗУВАНЕ

Първа глава е посветена на аналитичните постановки за традиционните методи на ценообразуване и новата концепция за динамичното ценообразуване.

1. Теориите за ценообразуването – аналитични постановки

С оглед целта на разработката различните теории за цените са разгледани в контекста на връзката между стойността и цената, за се открие съдържанието на отношението “стойност - цена“ при динамичното ценообразуване. Анализът на различните теоретични подходи към ценообразуването търси ключа към еволюцията от традиционните методи на ценообразуване към динамичното ценообразуване. Определя се неговото място в системата от методи на ценообразуване според утвърдените принципи. Разгледана е трудовата теория за стойността на цената, чиито основоположници са Адам Смит, Дейвид Рикардо и Уилям Пети. Трудът, отбелязва Смит, е “единствената всеобща, а също така единствената точна мярка на стойността, с което можем да сравняваме стойността на различните стоки винаги и навсякъде”.¹ В основата на теорията за пределната полезност лежат търсенето и полезността. Теорията за пазарната равновесна цена съдържа в себе си предшестващите две и ги доразвива. Алфред Маршал и неговите последователи изучават общите отношения между търсенето и предлагането, които са свързани “с такова формиране на цените, което ги задържа в равновесие”.² Стойността се проявява в цената.

¹ Смит, А., Богатството на народите, “Партиздат”, 1986

² Маршал, А. „Принципи экономической науки“, М 1993

Обзорът на посочените ценови теории е безспорно потвърждение на заключението на икономиста Д. Маклъски, че “теорията за цената е едно от най-големите интелектуални постижение на XIX в.”³

2. Методи на ценообразуване

Дискутирани са описаните в икономическата литература методи на ценообразуване въз основа на разходния и пазарния принцип. Определянето на цените на основата на разходите е сравнително лесно, не изисква никакви особени аналитични способности и води до бързо намиране на решение. Най-големият недостатък на калкулативното определяне на цените е, че то по-принцип игнорира условията на търсенето и конкуренцията.

Пазарните методи на ценообразуване олицетворяват пазарния модел на ценообразуване и представляват конкретни форми на неговото проявление. Теоретичната им основа е поведенческата теория на цените. Повечето пазарно-ориентирани методи използват реверсивна калкулация, тъй като изхождат от цени в края на веригата на ценообразуването за определяне на цени, намиращи се в началото на тази верига (например от цена на дребно да се определи цената на производител). Предприятие, използващо пазарни методи с ориентация към потребителите, преди всичко следва да познава обема на търсене, еластичността на търсенето и ценностните възприятия на потребителите на продукцията.

Типът пазар според степента на конкурентност е определящ за конкретната ценова политика на фирмата. Ценовата независимост на монополиста е най-висока. Нарастването на цените е ограничено основно от ценовата еластичност на търсенето. При ценообразуване в условия на олигопол фирмите с голям пазарен дял имат влияние върху формирането на цените. Възможно е провеждането на съгласувана ценова политика, което прави цените относително стабилни. Прилагат се предимно пазарни методи „от конкуренцията“. В условията на монополистична конкуренция решаващо значение има удовлетвореността на потребителите в рамките на маркетинговата дейност на фирмата. Първостепенно значение имат пазарните методи за ценообразуване „търсенето“. Съвършената конкуренция предполага най-ниска степен на влияние върху цените от страна на фирмите. Цената е пазарно-зададена и отделните участници се

³ MCCLOSKEY, D. N., 1985, The applied theory of price, New York, Macmillan

адаптират към нея, напасвайки своето предлагане. Пазарният подход е основен при ценообразуването – залага се на методи от групите „от конкуренцията“ и „от търсенето“.

3. Характеристики на ценообразуването в сектора на услугите

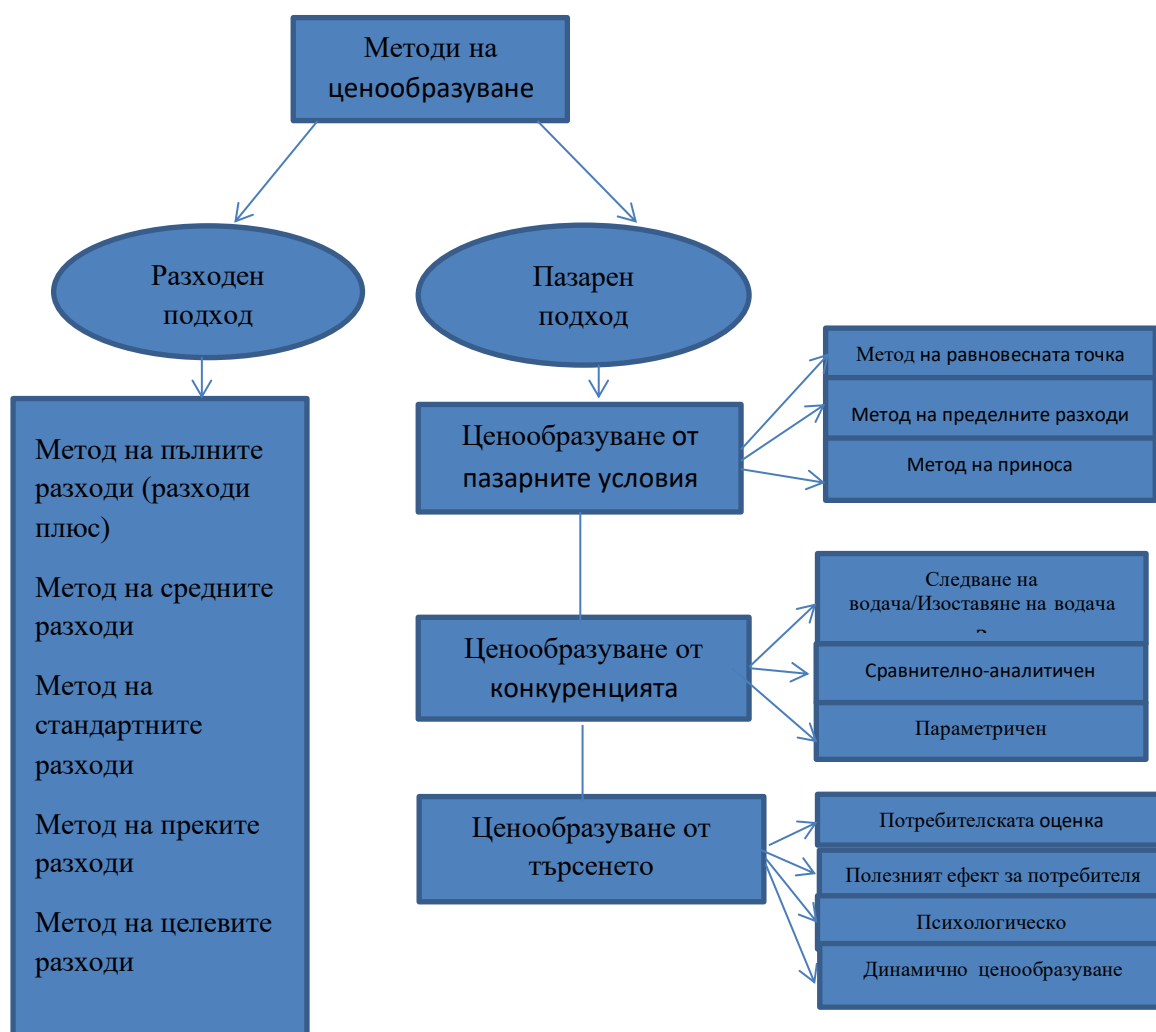
Търсенето на услуги винаги е индивидуално, предшества тяхното производство и има местен характер. Потреблението на услуги, за разлика от потреблението на материални стоки, няма ограничения. Неравномерното търсене на услуги през сезоните, почивните дни, дните от седмицата и невъзможността за натрупване и съхранение на услугите изисква регулиране на тарифите за интензивността на търсенето във времето чрез гъвкаво ценообразуване. За транспортните услуги са характерни особеностите, валидни за услугите като цяло.

3. Новата концепция за динамичното ценообразуване

Това гъвкаво ценообразуване е именно динамичното ценообразуване. Въз основа на направения анализ на методите за ценообразуване динамичното ценообразуване може да се причисли към пазарните методи за ценообразуване от търсенето (Фигура 1).

При него, най-общо казано, фирмите отговарят на променящото се търсене с променливи цени. Динамичните цени, освен че отразяват промените в търсенето, се основават на пазарна сегментация, достигаща до индивидуализация – формиране на потребителски профил на отделния клиент.

Фигура 1 Методи на ценообразуване



Източник: Съставена от автора

Анализиран е моделът Ф. Бас за ценообразуването през жизнения цикъл на продукта, при който основният импулс за промяна на цената идва от промяната в кривата на търсенето. Това е и водещата идея при динамичното ценообразуване. Авторът на дисертацията проследява еволюцията на динамичното ценообразуване от неговия първообраз (ценовата дискриминация) до проявлението му в наши дни като персонализирано и алгоритмично ценообразуване. Разгледани са модели за динамично ценообразуване, около които се обединяват съвременните икономисти. Наблюдаваните променливи (основанията за промените в цените) при тях са различни – запасите, потребителското поведение или промените в търсенето, но целта е една и съща –

повишаване на приходите от продажбите. Отбелязана е ролята на електронните системи и софтуерните програми за реализацията на динамично ценообразуване.

На базата на разгледаните научни изследвания за динамичното ценообразуване за него мога да се изведат следните **характерни особености**:

- *Динамичното ценообразуване се основава именно на вглеждане в ценността за клиента и как тя се променя при различните условия. Неговата поява и разпознаване е естествено обусловена от динамичните темпове на съвременния икономическия живот. Може да се каже, че динамичното ценообразуване е именно ценообразуване на база ценността за клиента като непрестанно се следят промените в тази ценност и се наблюдава нейната динамика;*
- *За динамичното ценообразуване е характерно не само варирането на цените в широк диапазон под влияние на променящото се търсене, но и предлагането на различни цени за различни клиенти. В този смисъл то е известно и като персонализирано ценообразуване;*
- *Динамичното ценообразуване е естествен пазарен феномен в резултат на действието на могъщия пазарен механизъм при съвременните условия;*
- *Алгоритмичното ценообразуване интензифицира конкуренцията, тъй като времето за отговор на променената среда значително се съкращава. От друга страна алгоритмите позволяват негласно договаряне и поддържане на фиксирани цени между конкурентите. Наблюдението на цените също се улеснява от алгоритмите като на теория това може да способства за договаряне на ценови равнища;*
- *Етапите от процеса на внедряването му включват: анализ на специфичния пазар, към който се отнася фирмата; изработване на система от ценообразуващи фактори, на базата на които ще се определят коефициентите на значимост в модела на динамичното ценообразуване; определяне на стойности на коефициентите на значимост; приложение на модела за формиране на динамичната цена.*

В т. 1.4.2. от дисертацията е направен е обзор на сферите на приложение на динамично ценообразуване до момента и на разработените модели за динамични цени. Като най-близки до международния товарен автомобилен транспорт се открояват ЖП и авиотранспорта. При тях динамичното ценообразуване активно се прилага и са налице модели за формиране на динамични цени.

Анализирани са ползите и рисковете за фирмите, които въвеждат динамично ценообразуване. Наред с подобряване на резултатите от икономическата дейност на фирмата, то може да бъде причина за объркване сред клиентите и за разколебаване на доверието им към доставчика на продукта или услугата.

Изводи:

- Тъй като икономическата наука се развива успоредно с обществено-икономическото развитие и следва настъпващите промени - появата на нови техники за ценообразуване е съвсем естествен процес;
- По своята същност динамичното ценообразуване е пазарно ценообразуване и се отличава с характерните особености на пазарните методи за ценообразуване. Прилага се в условия на динамично променяща се пазарна конюнктура;
- Наблюдават се множество промени в различни пазарни параметри с помощта на специализиран софтуер, основаващ се на предварително зададени алгоритми. Поради това се нарича също алгоритмично ценообразуване.

ВТОРА ГЛАВА

БЪЛГАРСКИЯТ ПАЗАР НА МЕЖДУНАРОДНИ АВТОТРАНСПОРТНИ УСЛУГИ – ХАРАКТЕРИСТИКИ, ПРАВНА РАМКА И ФАКТОРЕН АНАЛИЗ

Втора глава от дисертацията е посветена на обекта на дисертацията – пазара на автомобилни товарни от и за България. Основната цел, която докторантът си поставя при разработването ѝ е да се докаже, че са налице условията и предпоставките за приложение на динамичното ценообразуване на пазара на международни товарни превози от и за България. Откроявайки характерните пазарни особености на този пазар и правната рамка, която го определя, докторантът очертава система от ценообразуващи фактори, които са в основата на приложението на динамичното ценообразуване от фирмите предлагащи международни автотранспортни услуги.

1. Характеристики, фактори и правна рамка на международния товарен автотранспорт

След либерализацията на пазара в началото на 90-те години на XX век най-бързо и успешно се реструктурира секторът на автомобилните товарни превози. Оказва се, че този вид транспорт по най-лесен и естествен начин може да премине в частни ръце и да изпълнява своята роля като основно свързващо звено в икономиката:

- от една страна това е възможно поради относително малките инвестиции за основаване на автотранспортен бизнес и постепенното му разрастване и поради факта, че не е необходима специализирана инфраструктура;
- друга причина за бурното и изпреварващо развитие на товарния автотранспорт спрямо другите видове транспорт е сравнително либералния лицензионен режим.

В сравнение с останалите видове транспорт автотранспортът притежава редица предимства, които го правят по-конкурентен в сравнение с останалите видове транспорт:

- притежава много по-голяма маневреност в сравнение с другите видове транспорт;
- сроковете за доставяне на товарите особено при превозите на къси разстояния са сравнително малки;
- може да се извършват превози и при сравнително лоши пътни условия, а по проходими терени превозните средства могат да преминават и при липса на пътища;
- разходите за начално-крайни операции са много по-малко в сравнение с железопътния и особено с водния транспорт;
- при превозите на дребно-партидни товари използването на автомобилен транспорт е с висока ефективност;

Процесът на промяна на превозените стоки от големи по обем и ниска стойност количества - насипни товари, основно ориентирани към железницата и водния транспорт, към по-малки обеми генерални товари с висока стойност, ориентирани към автомобилния транспорт, се наблюдава в световен мащаб. Това е основният фактор, обясняващ промяната в разпределението на трафика по видове транспорт. Тази тенденция, резултат от реструктурирането на националната икономика, е необратима, тъй като ръстът в продукцията на тежката индустрия се ограничава, а респективно и трафиците по железница и воден път. Дългосрочните перспективи за развитие на базовата индустрия се очаква да повлияят в посока на намаляване на търсенето на

превози на суровини и готова продукция по железница и воден транспорт. Положителните тенденции в развитието на леката промишленост след 1990 г. очертават ръст на търсенето на товарни превози с автомобилен транспорт в рамките на ЕС.

Съотношението между търсенето и предлагането на транспортна продукция отразява конюнктурата на транспортния пазар, която е екстракт от всички икономически връзки и зависимости. В същото време конюнктурата е видимият спектър на икономическите процеси и е осезаема за всички участници на транспортния пазар. Всепризнат факт в транспортно-икономическата теория е връзката между транспортното търсене и ръста на икономиката, изразен чрез брутният вътрешен продукт.

Товарният автомобилен транспорт е в пряка зависимост от множество външни фактори от различно естество (икономически, социално-демографски, политически, екологични), с различен обхват на действие (международен, регионален, национален и локален), които взаимодействат помежду си и най-често имат разнопосочен ефект. Един и същ фактор може да повлияе положително върху развитието му или негативно в различни моменти в зависимост от цялостната конюнктура на пазара. Факторите са представени в т 2.1.2. като е акцентирано върху това, че те имат силно влияние върху товарния автомобилен транспорт, което до голяма степен се дължи на характеристиката му на обслужващ отрасъл, който силно се влияе от производството, потреблението и търговията. Сред тях са глобализацията на световната икономика, хармонизиране на българското законодателство с европейското, политическата обстановка в региона, развитието на структуроопределящи отрасли като енергийния сектор, селското стопанство, строителството и търговията.

Следващата подточка 2.1.3. от втора глава на дисертацията е посветена на правните постановки, които регламентират функционирането на пазара на автотранспортни услуги на национално и международно ниво. За да се очертае правната рамка на товарния автотранспорт, авторът се ръководи от основния принцип от общото към частното или т. нар. дедуктивен подход. Последователно се спира на международните конвенции, по които България е членка, разглежда европейските регламенти и хармонизираните с тях български договори и практики.

Основополагаща за товарния автотранспорт е Конвенцията за международни автомобилни превози на стоки, позната като Конвенция CMR. Тя е подписана в Женева на 19 май 1956 г. Отнася се до различни правни въпроси, свързани с превоз на товари по шосе и е ратифицирана от повечето европейски държави. Към септември 2019 г. е ратифицирана от 45 държави. От 27 май 2008 г., съгласно допълнителен протокол към

CMR конвенцията, също е възможно да се използва актуализирана електронна товарителница – ECMR.

Друг основополагащ документ за превозите на товари по шосе е Митническа конвенция за международен превоз на стоки под покритието на Карнети ТИР.

Чрез митническата конвенция се учредяват правилата, начина на ползване и процедурите за превоз на стоки под покритието на карнети ТИР. Тя е създадена за улеснение на извършваните международни превози на стоки и опростяване на формалностите, особено тези по преминаването на границите. България ратифицира конвенцията през 1977 г. Съгласно правилата на митническата конвенция, транспортът и спедицията са под гаранцията на Международната асоциация на превозвачите (IRU), а за България това е АЕБТРИ.

Международните правила за тълкуване на търговските термини, известни сред търгуващите като INCOTERMS (съкращение от International Commercial Terms – Международни търговски термини), правят възможно унифицирането в тълкуването на понятията, използвани при изпълнението на международни договори за покупко-продажба с транспортирането на стоки извън митническите граници на страните. Правилното използване на тези термини от страните по сделката позволява на ранен етап да се оценят параметрите на разходите и границите на отговорност на всеки от участниците, което помага да се избегнат всякакви спорни ситуации или конфликти в бъдеще.

Товарният автотранспортът е регламентиран на общностно ниво. Транспортната политика е част от общите политики на Европейския съюз от повече от 30 години и е една от първите политики на Европейската общност. Въвеждането на общи правила за достъп до международния пазар помага за насърчаването на честната конкуренция. Основна цел на общата транспортна политика е изграждането на устойчива транспортна система, която да отговаря на икономическите и социални нужди на обществото и да помага за изграждането на интегрирана и конкурентоспособна Европа. Също така се въвеждат изисквания, които трябва да се покрият от всяка една страна, която е членка на ЕС през определен период.

Международните пътнотранспортни операции са напълно либерализирани в рамките на Европейския съюз с регламент (ЕО) № 1072/2009 на Европейския парламент и на Съвета от 21 октомври 2009 г. относно общите правила за достъп до пазара на международни автомобилни превози на товари.

На национално ниво България, която вече е членка на ЕС, извървява дълъг път за хармонизиране на транспортното си законодателство с това на ЕС. Законът за автомобилните превози урежда условията и реда за обществените вътрешни и международни превози на пътници и товари с автомобили, извършвани от български или чуждестранни превозвачи; превозите за собствена сметка; контрола при осъществяването на превозите, особените правила при договорите за превоз на пътници и товари. Министърът на транспорта, информационните технологии и съобщенията провежда държавната политика при осъществяването на автомобилните превози на пътници и товари на територията на Република България. Координацията и контролът на дейността при осъществяването на автомобилните превози на пътници и товари се осъществяват от Изпълнителна агенция "Автомобилна администрация".

Обществен превоз на пътници и товари се извършва от превозвач, който притежава лиценз за извършване на превоз на пътници или товари на територията на Република България, лиценз за извършване на международен превоз на пътници или товари – лиценз на Общността, удостоверение за регистрация за извършване на "Пътна помощ" или удостоверение за регистрация – за извършване на таксиметрови превози на пътници, и документи, които се изискват от закона. Изпълнителна агенция "Автомобилна администрация" води регистър към лицензите на Общността и лицензите за извършване на превоз на пътници или товари на територията на Република България. Наличието на лицензионни режими за превозвачите и управителите на инфраструктурата регулира техния достъп до пазара. Този аспект на държавното регулиране произтича от възможността за контролиране на достъпа на отделни оператори до транспортния пазар чрез прилагането на критерии, на които те трябва да отговарят. Може да се каже, че лицензионният режим в България е либерален в сравнение с този в Гърция и Турция, което води до свободен достъп за навлизане на нови участници на пазара на автотранспортни услуги.

2. Система от ценообразуващи фактори

Системата от ценообразуващи фактори, влияещи върху цените на международните товарни автомобилни превози, са анализирани според критерия контролируемост. Те са разпределени в три групи - нормативни, пазарни и вътрешнофирмени, като при всяка от тях степента на контролируемост от страна на фирмата е различна. Изследването на ценообразуващите фактори и промените, които настъпват в тях в резултат от присъединяването на България към ЕС е необходимо за

осмислянето и обяснението на ценовите равнища и формиралите се тенденции след 90-те години до днес.

Нормативните ценообразуващи фактори включват екологични норми и изисквания на европейското законодателство, както и законови промени в общностната транспортна политика. Либерализирането на автотранспортния пазар и отпадането на специалните разрешителни за превоз на стоки до другите европейски държави довежда до навлизането на пазара на други нови български превозвачи с по-малък брой транспортни средства. В резултат на това под действието на конкурентния натиск цените на автотранспортните услуги намаляват. От друга страна, под въздействието на все по-високите екологични и технологични изисквания към транспортните средства и тяхната експлоатация разходите на транспортните фирми постоянно се покачват. Европейските изисквания за минимално заплащане на шофьорите и задължителни почивки извън транспортното средство, от своя страна, повишават разходите за труд. Динамичното развитие на сектора в съчетание с все по-силната конкуренция прави въпроса за финансовите резултати от икономическата дейност на транспортно-спедиторските фирми все по-актуален и интересен.

Типът пазар според степента на конкуренцията има определящо значение за ценовата политика на фирмите, участници на този пазар. В т. 2.2.2. авторът анализира пазара на международни автомобилни превози от и за България според степента на конкурентност и установява, че този пазар се доближава до съвършената конкуренция, но са налице някои пазарни ограничения като естеството на транспортните услуги и наличието на специфични технико-икономически особености на различните видове транспорт, които дават основание транспортния пазар да бъде определен като пазар с монополистична конкуренция. Той притежава следните характеристики:

- съществуват голям брой фирми, предлагащи транспортни услуги и съответно голям брой клиенти на тези фирми;
- предлаганите превозни услуги са взаимнозаменяеми, но леко диференцирани поради различните технико-икономически особености на отделните видове транспорт;
- клиентите на транспортните фирми са добре информирани за различията в качеството на предлаганите услуги от превозвачите от отделните видове транспорт по отношение на бързина на превоза, сигурност, комфорт на пътуване и цена;

- чрез предпочитанията си клиентите на транспортните фирми оформят пазарни ниши (сегменти) по видове транспорт, т. е. налице е сегментиране на пазара;
- всяка фирма (всеки вид транспорт) има определено равнище на контрол върху цената на транспортната продукция спрямо пазарния си дял и не съществува единна цена в отрасъла;
- общо за транспортния пазар е характерно, че не съществуват бариери за вход и изход от отрасъла в дългосрочна перспектива;
- прилага се договорния принцип в ценообразуването.

Двата основни елемента на пазарния механизъм - търсене и предлагане - се явяват и ценообразуващи фактори от първостепенно значение.

Търсенето на транспортни услуги зависи изключително от икономическата активност на страната или региона, на чиято територия се извършват. Във фазата на подем от развитието на икономическия цикъл търсенето на товарни превози расте, защото повишените обеми на производство и по-голямата търговска активност имат нужда от транспортни услуги за своята реализация. Може да се обобщи, че търсенето на транспортни услуги е функция на конюнктурата и фазата на икономическия цикъл.

Пазарното предлагане на товарни автотранспортни услуги се формира от доставчиците на тези услуги, т.е. фирмите извършващи товарен автотранспорт. Неговата величина зависи от броя на транспортните фирми и техните размери (броя на транспортните средства, с които разполагат). Броят на транспортните фирми и тенденцията за разрастване на бранша зависи, от една страна, от либерализацията на лицензионния режим, и от друга, от това какви са стимулите да навлизат нови фирми, а съществуващите да се разрастват – т.е. какви са тенденциите при печалбите (нарастващи или намаляващи).

Съобразно особеностите на пазарния механизъм на пазара на международни товарни превози за участниците е много важно да се съобразяват с цените на конкуренти си, за да не се окажат извън пазара.

Голямо влияние върху цените на транспортния пазар оказват също сезонните фактори, тези свързани с преподписването на годишните договори и някои по-значими и масови празници в Европа. Случайните и форсмажорните фактори могат да предизвикат най-резки промени в ценовите равнища.

Вътрешнофирмените ценообразуващи фактори се разглеждат като контролируеми фактори, въпреки че се повлияват и от някои общостопански фактори. Разходите на фирмата се разпределят по няколко пера: постоянни, променливи, за допълнителни ремонти и амортизации, за труд и горива.

Постоянните разходи са тези, които не зависят от обема на продукцията в тонкилометри (респективно от пробега на превозните средства). Това са разходите за данъци и други такси, абонамента за ремонти през определен период от време, общи разходи за издръжка на администрацията, управлението и допълнителните дейности. Част от тях зависят от решенията на ръководството, но законовите регламенти поставят рамка, с която фирмите неизбежно трябва да се съобразят. Променливите разходи включват пътните такси и разходите за престои на паркинги по време на съответния курс. Точната им конфигурация за всеки курс зависи от шофьорите и спедиторите, които определят маршрута, но нивото на пътните такси се определя от европейските разпоредби. През последните години пътните такси бележат тенденция за повишаване.

Отделно се обособяват разходите за горива, за допълнителни ремонти, за труд и амортизации. Разходът на гориво зависи от начина на каране и тонажа на товара, но цените на горивата са абсолютно независим ценови фактор. В отговор на повишаващите се европейски изисквания за екологичност на превозните средства през последните 10 години съвкупните разходи за закупуване на нови транспортни средства и последващата им поддръжка имат устойчива тенденция на нарастване.

3. Проявление на ценообразуващите фактори след присъединяването на България към Единното европейско пространство

С присъединяването на България към ЕС и въвеждане на принципа за свободно движение на хора, услуги, стоки и капитали, пазарът на труда за българските шофьори се разширява и много от тях започват работа за чужди фирми. Българските превозвачи са принудени да повишат шофьорските заплати, за да задържат служителите си. Освен това някои европейски държави например Германия и Франция, въвеждат изисквания за минимално дневно възнаграждение на водачите, преминаващи през тяхната територия.

Може да се обобщи, че при съвременните пазарни реалности, при които регионалните интереси и тези на глобалните компании намират конкретна изява в нормативни изисквания, контролируемите ценообразуващи фактори стават във все по-голяма степен неконтролируеми, т.е. общостопанските фактори, които ги определят се оказват решаващи. Специфичните ценообразуващи фактори при международните

автомобилни превози между България и Европа обуславят несигурна и изпълнена с предизвикателства среда за развитие. В компетенциите на фирменото ръководство остават решенията за организационната структура, управленските методи, инвестиционната стратегия, развитието на служителите и внедряването на нови технологии.

След присъединяването на България към Единното европейско пространство се разширява територията на търсене на автотранспортни услуги на товарни превози до територията на целия ЕС. Съвкупният брой на участниците на пазара на автотранспортни услуги нараства. Резултатът е по-голяма конкуренция, която тласка цените надолу. Конюнктурните промени след икономическата криза, започнала през 2008 г. свива потреблението, а оттам и търсенето на товарни превози.

4. Периоди в развитието на международния товарен автотранспорт в България след възприемането на пазарния модел до днес

В подточки 2.4.1. и 2.4.2. от дисертацията се анализират двата основни периода в развитието на отрасъла в пазарни условия – преди и след членството на България в ЕС. Наблюдават се характерни зависимости, разглежда се конкретното проявление на ценообразуващите фактори и как се променят в резултат на членството на България в ЕС. Анализират се пазарните цени и тенденциите им на развитие. На тяхна база се правят изводи за финансовите резултатите от икономическата дейност на транспортната фирма.

В точка 2.4.1. се разглежда периода 1995 – 2007г. от развитието на пазара на автотранспортни услуги за превоз на товари. Поради подема в развитието на икономиката в периода 1995-2007г. транспортно-спедиторските фирми, както в България, така и по-света, имат възходящо развитие по отношение на финансовите си параметри. През 2007г. глобалната икономика достига върха на икономическия цикъл преди кризата през следващата 2008г. За периода 1990 – 2007 г. за автотранспортния бранш е характерно по-голямо търсене, отколкото предлагане на автотранспортни услуги. Наличието на еднократни разрешителни за транзит и товаро-разтоварни дейности в другите европейски държави и разрешителни за многократно разтоварване т. нар. СЕМТ, които се отпускат само при определени условия, играят роля на своеобразна бариера при навлизане на пазара на участници с по-малък брой транспортни средства и неотговарящи на определени условия. Всичко това води до стабилност в цените на транспортните услуги с устойчива възходяща тенденция (Графика 1) и регулярни

повишения и спадове, продиктувани от сезонни пикове и спадове в бизнес активността или изчерпването на съответните разрешителни. Традиционно най-високите нива в търсенето се достигат през месеците май и юни и отново ноември-началото на декември.

Графика 1 Тенденция в цените на целите товари Германия – България 2002-2007 г.



Източник: Изчисления на автора по реални фирмени данни

Вторият период от 2007 г. до 2021г., разгледан в т. 2.4.2., е изпълнен с явления и процеси, които поставят на изпитания ефективността на транспортно-спедиторските фирми. С приемането на България в ЕС през 2007г. българските превозвачи получават достъп до Европейският пазар на автотранспортни услуги, т. е. могат да извършват превози между различни европейски държави, без да са им необходими специални разрешителни. Безспорно това води до разрастване на бранша и до увеличаване на БВП, създаван в него. Секторът на транспорта намалява относителния си дял в структурата на икономиката, донякъде в резултат на глобалната икономическа криза, но остава с по-голяма значимост в страната в сравнение с ЕС по отношение на добавена стойност и формиране на заетост.

Цените на комплектните товари и групажните пратки от Северозападна Германия намаляват с около 20 % след 2007 г. Този % през периода 2007 – 2018г. има колебания, при които е още по-висок, т. е. цените са още по-ниски и никога не е по-нисък, т.е. цените не са по-високи от намалението с 20 %.

Ако през 2007 г. средногодишната цена на комплектен товар от Рурска област Германия е 4 200,00 лв. при максимум 4 600,00 лв. и минимум 3 800,00 лв., то за 2018г. тези цифри са средногодишна цена 3 400 ,00 лв. с максимум 3 800,00 лв. и минимум 3 000,00 лв. (според реални фирмени данни). Подобна ясно изразена тенденция е характерна и за цените на комплектните товари и групажните пратки с дестинация Белгия, Холандия и Франция. При товарите към Унгария, Словения и Италия този спад е още по-драстичен – средно около 30 %. При втората група държави екологичните изисквания към автопарка не са така високи и конкуренцията е по-висока, което води до по-голям спад в цените под влияние на конкуренцията.

Горепосочената промяна в цените намира изражение в качествени фирмени показатели като оборот, счетоводна печалба преди облагане, среден марж нетна печалба, представени в таблица 1. В оборотите на транспортните фирми за периода 2015-2019г. се наблюдава спад от 2,9 %, въпреки че през 2017г. се наблюдава съществен ръст спрямо предходната. Намалява и счетоводната печалба преди облагане.

Таблица 1 Стойностни показатели за транспортните фирми за периода 2016 -2019г.

Години	Оборот (в лева)	Счетоводна печалба преди облагане (в лева)	Среден марж нетна печалба
2016	871 007	38 187	4,38
2017	943 088	48 946	5,2
2018	997 976	40 815	4,1
2019	993 607	38 715	3,9
Промяна 2016/15	3,3%	-0,01%	
Промяна 2017/16	8,3%	28,2%	
Промяна 2018/17	5,8%	-16,7%	
Промяна 2019/18	0,44%	-5,15%	

Източник: НСБС.

Мерките при извънредното положение при Ковид кризата намират отражение и на пазара на автотранспортни услуги. Налице е изключителната динамика на цените на товарните превози. Те проявяват голяма чувствителност под въздействието на неконтролируеми фактори от всякакъв характер.

След очистването на пазара от натрупаната инерция на икономическия ритъм преди мерките на извънредното положение започва спад в търсенето на международни превози. Задействаният механизъм за свиване на производството, а оттам и на потреблението в резултат на мерките за ограничаване на пандемията, намира отражение в намаляване на обема от стоки за превоз с автотранспорт.

В т. 2.4.2. също е обърнато внимание на мерките от т.нар. пакет „Мобилност“. Основната цел на мерките от пакета е да се повишат разходите за труд на превозвачите от Източна Европа, в резултата на което те да повишат цените на транспортните си услуги, за да не се конкурират толкова успешно с превозвачите от Централна Европа. Разгледани са възможните сценарии за източноевропейските превозвачи при влизането му в сила. Основният извод е, че мерките предвидени от пакета „Мобилност“ ще доведат до по-голяма и непредсказуема динамика в цените на автотранспортните услуги между България и държавите от Западна и Централна Европа.

Изводи:

➤ Автотранспортът в България и в Общността заема преобладаващо място на пазара на транспортни услуги основно поради структурното развитие на търсенето относно покупки с висока добавена стойност. Преобразуването на различните стопански сектори – промишленост, селско стопанство и търговия води до раздробяване на стопанските единици. Те се нуждаят от гъвкавостта и бързината на автомобилния транспорт, за да достигнат до по-висока степен на конкурентоспособност.

➤ От краткия обзор върху факторите, влияещи на автомобилния транспорт, можем да обобщим, че с най-голяма значимост за развитието му през последните 15 години са преходът към пазарно стопанство и евроинтеграцията. Към системата на ценообразуващи фактори с най-голямо влияние за автомобилния транспорт можем да отнесем – нормативните фактори, пазарните, конюнктурните и вътрешнофирмените. Специфичните фактори с бърз ефект са извънредните и сезонните.

➤ Евроинтеграцията е дълъг процес, който започва с подготовката за членство и все още е в развитие. Той влияе върху почти всички параметри на автотранспорта - обемите превозвана продукция, ценовите равнища – чрез търсенето, предлагането и законодателните промени. Поради тази причина в настоящата разработка са разгледани специално ценообразуващите фактори, произтичащи от присъединяването на България към ЕС.

➤ Изследването на влиянието на различните ценообразуващи фактори върху действието на пазарния механизъм на пазара на транспортни услуги при международните автомобилни превози между България и Европа обуславят несигурна и изпълнена с предизвикателства среда за развитие, което прави въпроса за ефективността на транспортно-спедиторските фирми все по-актуален и изискващ нетложни мерки.

ТРЕТА ГЛАВА

ЕМПИРИЧНО ИЗСЛЕДВАНЕ НА ПРИЛОЖЕНИЕТО НА ТРАДИЦИОННИТЕ МЕТОДИ ЗА ЦЕНООБРАЗУВАНЕ ПРИ МЕЖДУНАРОДНИТЕ АВТОМОБИЛНИ ПРЕВОЗИ И ТЯХНАТА АЛТЕРНАТИВА “ДИНАМИЧНОТО ЦЕНООБРАЗУВАНЕ”

Трета глава е съсредоточена основно върху методите за ценообразуване при товарните автотранспортни услуги. Разглежда се приложението на традиционните методи за ценообразуване и тяхната алтернатива в лицето на динамичното ценообразуване. Приложението на динамичното ценообразуване се визира също като инструмент за увеличаване на приходите от стопанската дейността фирмата.

1. Цени и ценообразуване на товарните превози. Калкулативни методи

В първа точка на трета глава са разгледани различните практики и методи при на формиране на цените на автотранспортните услуги. Заплащането на извършените превозни услуги се извършва на основата на система от цени, при изграждането на която се отчитат както условията, при които протича самия транспортен процес, така и условията на транспортния пазар. Основните начини за определяне на превозните цени в товарния транспорт са чрез тарифи и с договорни цени. Тарифата представлява система от предварително определени цени и условия, въз основа на които се погасяват задълженията на собствениците на товарите към превозвачите. Те са статични и зависят по-слабо от резките конюнктурни промени. Основните функции, които изпълняват тарифите са свързани с осигуряването на възможност на клиентите на транспортните предприятия за правилно, точно и сравнително лесно изчисляване на дължимите суми за превозни и допълнителни услуги. Договорните цени са присъщи за автомобилния

транспорт. Техните основни предимства са във връзка с предоставянето на възможности за свободно определяне на маршрути и условия на превозите въз основа на конюнктурните промени. Договорните цени се установяват винаги в определено съотношение спрямо цените на основните доставчици и реагират на техните изменения. Партньорите се стремят в хода на ценовите преговори да изравнят изгодите помежду си в ценова или друга форма на компенсиране. Договорната цена е резултат от съгласуване на интересите между партньорите. Договорното ценообразуване е благоприятна основа за приложение на динамичното ценообразуване. Индивидуалното договаряне с клиентите осигурява така необходимата за дискриминационното ценообразуване дискретност. Различните клиенти не са информирани за цените, които получават от транспортната фирма.

2. Динамичното ценообразуване и товарният автомобилен транспорт

Във втората точка от трета глава се изяснява същността на динамичното ценообразуване и условията, при които се прилага то на примера на товарните автомобилни превози от и за България.

Динамичното ценообразуване представлява промяна на цените за едни и същи продукти или услуги в отговор на променящото се търсене. От друга страна, управлението на приходите означава различни цени за един и същ продукт за различни клиенти. Динамичното ценообразуване е дискриминационно ценообразуване, което получава своите импулси от променящото се търсене. Най-съществените му характеристики са следните:

- По своята същност то е пазарно ценообразуване и се отличава с характерните особености на пазарните методи за ценообразуване;
 - Калкулативният подход е засегнат само дотолкова, за да се определи минималният праг на цената, под който не бива да се пада;
 - Прилага се предимно при ценообразуването на услуги;
 - Прилага се в условия на динамично променяща се пазарна конюнктура;
 - Наблюдават се множество промени в различни пазарни параметри.
- Понякога се нарича също алгоритмично ценообразуване;
- Подходът към потребителя е индивидуален и затова се среща и като персонализирано ценообразуване;

- Ценовите равнища могат да варират от прекалено, дори необосновано високи, до изключително ниски, дори под себестойност, за да се минимизират загубите.

Търсенето на международни сухопътни превози от и за България се отличава с дисбаланси в различните сезони с резки пикове и спадове. Ключов момент за въвеждането на динамично ценообразуване е създаването на система от ценообразуващи фактори, които се явяват пусков механизъм за динамичната цена. Динамичното ценообразуване, освен инструмент за повишаване на приходите, се явява средство за противодействие на дисбалансите в търсенето с цел по-равномерно натоварване на наличните ресурси.

Приложението на динамично ценообразуване от страна на фирмата по своята същност е иновативна мениджърска стратегия за управление на приходите. Обърнато е внимание на профила на типичната фирма, която би приложила динамично ценообразуване. Сред необходимите фирмени условия са съчетание на централизирано с децентрализирано управление по отношение на ценовата политика и определено ниво на цифровите технологии, ползвани от фирмата.

3. Процес, модел и приложение на динамичното ценообразуване при автомобилните товарни превозите от и за България

В трета точка на трета глава авторът уточнява процеса на динамичното ценообразуване за прилагашата го транспортна фирма, предлага модел за формиране на динамичната цена и дава пример за прилагането му като ползва реални фирмени данни.

Процесът на динамичното ценообразуване включва:

- 1) анализ на търсенето на товарни автомобилни по съответната дестинация към дадения момент;
- 2) анализиране профила на клиента;
- 3) класифициране на запитването по определени критерии;
- 4) отчитане на конкуренцията към дадения момент.

На база анализа на системата от влияещи фактори в процеса на динамично ценообразуване, описан по-горе, могат да се изведат коефициенти, които да послужат за конкретния модел на динамичната цена. Стойностите, които се задават на коефициентите в зависимост от промяната във влияещия фактор, става на принципа на предварително зададени правила от вида „ако..., то...”. По отношение организационното осигуряване на процеса по йерархични нива във фирмата следва правилата да се задават

на по-високо мениджърско ниво, докато конкретната процедура да се осъществява от спедиторите, които непосредствено следят пазарната ситуация и си комуникират с клиентите.

Модел за динамично ценообразуване, до който докторантът достига има вида:

$$P_d = P_0 * k_d * k_c * k_r * k_n \dots \leq P_c$$

където:

P_d – променливата (динамичната) цена

P_0 – изходната (базовата) цена

P_c – конкурентната цена

Съпоставянето на получената динамична цена с тази на конкуренцията е изключително важно, защото пазарът на международни автомобилни превози не е монопол и пазарната мощ на отделната фирма не е такава, че тя да има влияние върху цените.

До момента не е разработен софтуер, чрез който да се прилага модел за динамично ценообразуване при международните товарни превози. Създаването на такъв софтуер ще направи обработването на базата данни, формирането на коефициентите и формирането на динамичната цена много по-прецизно.

Долупосочените условия са в основата на изработването на коефициентите и параметрите във формулата за динамично ценообразуване:

- познаване динамиката на пазара, успешните прогнози за развитието му, флукуациите на цените в рамките на месеца/в рамките на годината;
- точно определяне на влияещите пазарни фактори;
- успешно подбиране на коефициенти за функцията за динамичната цена;
- познаване в детайли естеството на работата: как се подреждат пратките в товарното помещение - съобразяване какво тегло на кой метър може да се сложи, какво до кое може да се укрепи; детайли за пратката, естество на стоката, изисквания за укрепване; изисквания за товарене (само на рампа, само странично или с кран); ограничения къде в камиона да се разположи стоката; възможност за стифиране;

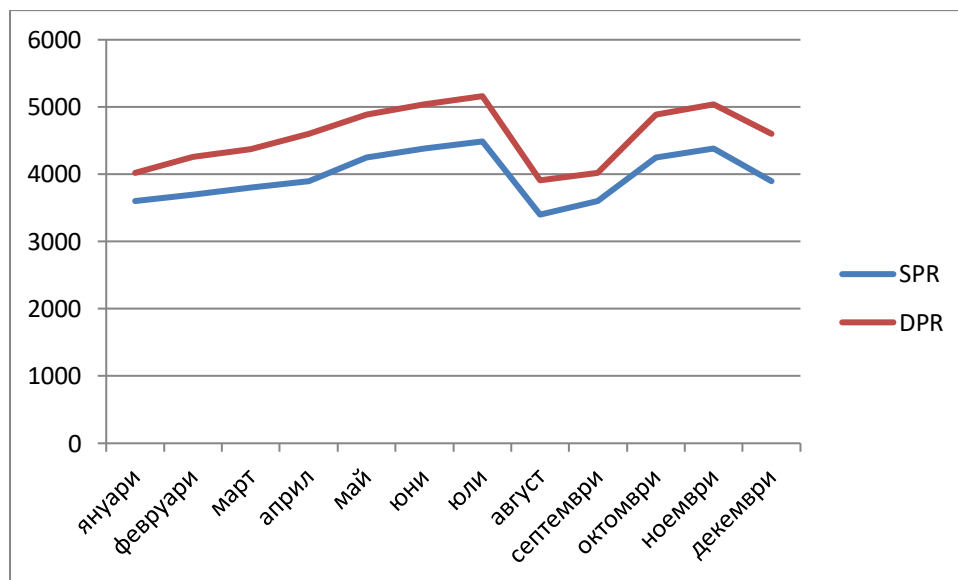
➤ създаване и поддържане профил на клиента - колко запитвания има в рамките на месеца; пита ли и други фирми; регулярно през годината ли дава пратки или се включва само в периодите на засилено търсене.

Предложеният модел се проиграва с реални фирмени данни и се сравняват финансовите резултати получени при двата сценария, ако фирмата прилага модела за динамично ценообразуване или статични цени.

4. Динамичното ценообразуване – инструмент за подобряване на фирмените резултати на автотранспортната фирма и рискове при прилагането му

В четвърта точка на трета глава се аргументира с конкретни примери тезата, че приложението на динамичното ценообразуване води до подобряване на финансовите резултати на фирмата. На графика 2 са изобразени приходите от продажбите за един групажен камион по релация Италия – България по месеци за една календарна година при статични цени и при динамични цени.

Графика 2 Приходи от групажен камион по вноса от Италия за една календарна година по месеци



Източник: Фирмени данни и изчисления на автора в лева

DPR – приходи при динамично ценообразуване

SPR – приходи при стандартни цени

Това, което прави впечатление от Графика 2, е, че графиката на приходите при динамично ценообразуване е винаги над тази при стандартни цени по тарифа и никога не се пресичат.

Изследва се приложението на модела за динамичната цена и подходът за запълване на свободния капацитет по пазарни цени и се достига до следните **изводи**:

➤ В условията на все по-динамични пазарни цени и очаквания тази тенденция да се запази прилагането на динамично ценообразуване има ключово значение за просъществуването на товарния автотранспорт и запазване на фирмените приходи от основната икономическа дейност;

➤ От изключително значение за ефективното и стабилно развитие на транспортните фирми е процентът на пратки от регулярни клиенти по договорени цени. Те са гръбнакът, на който се крепи всяка фирма;

➤ Приходите от прилагане на формулата за динамично ценообразуване варират в по-тесни граници между 10-15 %, за разлика от тези при запълване на свободния капацитет по пазарни цени, който варира от 0 до 44 %. Първият подход може да се определи като инструмент за максимизиране на приходите, докато вторият е по-скоро начин да се минимизират загубите.

➤ Чрез успешното приложение на двата подхода едновременно фирмата може да повиши своите приходи средно с около 20 %.

Основният риск при приложение на динамичното ценообразуване е, че клиентът може да се почувства объркан от промяната в цената, да бъде нарушено чувството му за справедливост и да загуби доверието си към фирмата. Въпросът за доверието е ключов за всяко партньорство, включително и за бизнес отношенията. При проиграването на модела за динамичните цени прави впечатление, че една постоянна част от капацитета на товарното помещение е запазена за регулярни клиенти, за които цените са статични или варират в много по-тесни граници. Доверието на клиента към даден доставчик намира израз в отношението му към доставчика, в конкретните му постъпки и лоялността му. Ето защо комуникацията на динамичната цена към клиентите е от особено значение, за да не се пострада доверието между страните.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В отговор на изключително динамичните бизнес условия при висока степен на конкурентност ценовият инструментариум също се развива. Завишава се вниманието към ценността на продукта и услугата за отделния клиент. По този начин добре познатото старо дискриминационното ценообразуване, основаващо се на сегментирането на пазара, достига до нов етап. В отговор на нуждите на бизнеса и снабдено с високотехнологичен арсенал се развива динамичното ценообразуване. Динамичното ценообразуване е много по-персонализирано от ценовата дискриминация. В смисъла различни цени за различни клиенти, то е известно още като персонализирано ценообразуване. От друга страна, конкретният механизъм за прилагането му е алгоритъмът за динамичната цена. По практическото приложение на алгоритми за динамични цени в автотранспорта има какво да се желае. До момента не са разработени софтуерни продукти за изчисляване на динамичната цена, каквито има за електронната търговия и при продажбата на самолетни билети.

Основният стимул за даден бизнес да прибегне до динамичното ценообразуване е неравномерното търсене, което предизвиква различна натовареност на наличния капацитет поради действието на различни фактори – сезонни, случайни, социално-икономически, политически, здравни и др. Емпиричния анализ на пазара на автотранспортни превози от и за България от 1990 г. до днес, с открояване на негативни ценови тенденции след 2007 г., поставя въпроса за подобряване на финансовите резултати на фирмата.

За успешното и ефективно приложение на динамичното ценообразуване с ключово значение е познаването динамиката на пазара и успешните прогнози за развитието му в рамките на месеца/годината; точно определяне на влияещите пазарни фактори. На база на ценовите фактори и тяхната динамика се определят коефициентите на формулата за динамичната цена и се задават правилата за промяна на стойностите им.

В резултат на изработения от автора модел и неговото апробиране чрез реални цифри от конкретни времеви периоди се установява, че това води до увеличение на приходите от финансовата дейност на фирмата средно с около 10-15%.

С оглед на горепосоченото авторът смята, че тезата на настоящата дисертация - да се докаже, че динамичното ценообразуване е приложимо при международните товарни автомобилни превози от и за България и е възможно решение за подобряване на

финансовите резултати от икономическата дейност на автотранспортната фирма, е доказана. Трите хипотези на изследването също са изчерпателно и последователно аргументирани чрез следните стъпки:

- анализ на динамичното ценообразуване като процес на еволюция на пазарните методи на ценообразуване;
- анализ на дефинициите за динамично ценообразуване и извеждане на съществените му характеристики;
- извеждане на условията за приложение на динамично ценообразуване;
- анализ на пазара за международни автомобилни товарни превози от и за България като тип пазарна структура и отчитане на характерните особености на пазарния механизъм. На тази база се правят изводи за най-удачните методи на ценообразуване за конкретния тип пазар;
- формиране на система от ценообразуващи фактори за международните автотранспортни услуги и емпиричен анализ на тяхното проявление;
- описание на процеса на динамично ценообразуване при фирмите предлагащи международни автомобилни превози на товари;
- извеждане на значими коефициенти за формулата на динамичната цена и изработване на механизъм за тяхната промяна на база на променящите се фактори;
- апробиране на модела с реални данни от фирмена практика и доказване на значението му за повишаване на приходите от продажбите;
- отчетени са рисковете, които произтичат за фирмата-доставчик при въвеждане на динамично ценообразуване.

Разглеждането на динамичното ценообразуване като начин за повишаване на приходите от дейността на транспортната фирма, не е нищо друго освен утвърждаването на добре известна икономическа истина, че ценовата политика е ключов инструмент за управление на приходите от продажбите на всяка фирма.

IV. СПРАВКА ЗА ПРИНОСИТЕ В ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Конкретните приноси при разработване на въпроса за приложение на динамичното ценообразуване при международните автомобилни товарни превози от и за България могат да се обобщят по следния начин:

1. Систематизиране на методите за ценообразуване и определяне на динамичното ценообразуване като съвременен еволюционен вариант на пазарен метод за ценообразуване “от търсенето”, който обикновено се прилага на пазари с монополистична конкуренция.
2. Изследване на пазара на товарни автомобилни превози от и за България като пазарна структура според степента на конкуренция в контекста на приложимите при този пазар методи за ценообразуване.
3. Емпиричен анализ на проявлението на ценообразуващите фактори при товарния автотранспорт, които са основополагащи при извеждане на предпоставките за приложението на динамичното ценообразуване.
4. Разработване и апробиране на авторов модел за динамична цена при международните товарни автомобилни превози с използване на реални фирмени данни, с което се доказва значението му за подобряване на финансовите резултати на автотранспортната фирма.

V. ПУБЛИКАЦИИ И УЧАСТИЯ В УНИВЕРСИТЕТСКИ ПРОЕКТИ, СВЪРЗАНИ С ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. Христова-Политикова, М., Членството на България в ЕС - предпоставка или предизвикателство за повишена конкурентоспособност на международния товарен автотранспорт, сп. „Икономически и социални алтернативи“, бр. 2, 2020 г.;
2. Hristova-Politikova, M., Dynamic Pricing Can Help Companies for International Road Transportation Survive COVID-19 Pandemic Crisis, Asian Journal of Business and management, vol .9 (No 1), Feb 2021, <https://ajouronline.com/index.php/AJBM/issue/current>.
3. Участие в университетски проект за научно изследване № НИД НИ 4/2017 на тема: „Конвергенция в областта на потребителските цени при новите страни членки (НСЧ-12) след присъединяването им към ЕС – дълбочинен преглед, настоящо ниво и тенденции“, с ръководител доц. д-р Васил Петков, катедра „МИО и бизнес“.