

Библиотека „Проф. Цани Калянджиев“

Книга тридесет и седма

Йордан Христов Иванов

**ЦЕНОВИ АСПЕКТИ НА
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА**

2016

Издателство „Наука и икономика“
Икономически университет – Варна

Редакционна колегия

Гл. редактор проф. д-р ик.н. Калю Донеv

Зам.-гл. редактор проф. д-р Румен Калчев

Членове: проф. д-р ик.н. Йордан Коеv
проф. д-р Зоя Младенова
проф. д-р Пламен Илиев
проф. д-р Евгени Станимиров
проф. д-р Веселин Хаджиев
проф. д-р Марин Нешков
проф. д-р Данчо Данчев
проф. д-р Владимир Сълов
доц. д-р Любомир Георгиев

Международен издателски съвет

Членове: проф. д-р Абубакр Сулиман
проф. д-р Йоаким Вилмс
проф. д-р ик. н. Сергей Максимов
проф. д-р Робърт Грийнууд
проф. д-р Сагар Бауани
проф. д-р Сумон Бхаумик
проф. д-р ик.н. Николай Неновски
проф. д-р Винче Мария-Макдолна
проф. д-р Джеймс Ангерсано
Карълайн Багшоу

Тази книга или части от нея не могат да бъдат размножавани, разпространявани по електронен път и копирани без писменото разрешение на издателя.

© Йордан Христов Иванов, автор, 2016.

© Издателство „Наука и икономика“, 2016.

ISBN 978-954-21-0877-1

Съдържание

Резюме на български език	5
Резюме на руски език.....	6
Резюме на английски език.....	7
Резюме на немски език	8
Въведение	9
Глава първа.....	13
РАЗВИТИЕ НА ТЕОРИЯТА ЗА ЦЕНОВАТА КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА.....	13
1.1. Еволюция на теориите за конкуренцията и мястото на цената в тях.....	13
1.2. Конкурентоспособността и конкурентното предимство в съвременната пазарна реалност.....	30
1.3. Значение на цената за конкурентоспособността на бизнеса...40	
1.4. Съвременни аспекти на ценовата конкуренция и конкурентоспособност.....	48
Глава втора.....	64
ДЕТЕРМИНАНТИ НА ЦЕННОСТНИЯ ПОДХОД ЗА ОЦЕНКА НА ЦЕНОВАТА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ	64
2.1. Развитие на концепцията за ценността и мястото ѝ при оценка на конкурентоспособността.....	64
2.2. Продуктовите характеристики като фактор за повишаване на ценността.....	82
2.3. Значение на потребителското поведение за оценката на ценността на продукта.....	98

2.4. Пазарът и взаимоотношенията с останалите пазарни участници във връзка с ценовите проявления на конкурентоспособността	127
Глава трета	140
ИЗСЛЕДВАНЕ НА ЦЕНОВАТА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ НА БАЗА ЦЕННОСТТА	140
3.1. Предпоставки за преминаване към ценостната основа при оценка на ценовата конкурентоспособност.	140
3.2. Концептуален модел за оценка на ценовата конкурентоспособност, основана на ценността.	148
3.3. Методика за извеждане ключовите детерминанти на ценовата конкурентоспособност.....	156
3.4. Проверка на статистическите хипотези за оценка на ценовата конкурентоспособност.....	162
Заклучение.....	173
Използвана литература.....	175
Приложения.....	183