

ИЗМЕНЕНИЕ ЦЕН НА ТБИЛИССКОМ РЫНКЕ КОМПАКТНЫХ ДИСКОВ

Чиладзе Г.Б.

*Ахалцихский Государственный Университет, г.Ахалцихе
Государственный Университет Ильи, г.Тбилиси*

Значение анализа изменения цен на компактные диски обусловлено разными причинами. В частности, 1)цена занимает одна из первых мест в статистике провала товара на рынке; 2)на сегодняшний день доходы населения не соответствуют нормальному уровню жизни и они значительно дифференцированы.

В табл. приведена динамика изменения цен на компакт-диски в 2006-2008 годах на Тбилисском рынке.

Таблица.

Динамика изменения цен на компактные диски

Наименование компакт-диска	2006 г., лари	2007 г., лари	2008 г., лари
CD-R Verbatim	2,5 – 2,3 (8%)	2,3 – 2,1 (9%)	2,1 – 1,75 (17%)
CD-R Samsung	2,0 – 1,8 (10%)	1,8 – 1,4 (22%)	1,4 – 1,2 (15%)
CD-RW ACME	3,0 – 2,7 (10%)	2,7 – 2,2 (19%)	2,2 – 1,75 (20%)
DVD-R TDK	3,5 – 3,4 (3%)	3,4 – 3,0 (12%)	3,0 – 2,2 (27%)
CD-RW Verbatim	3,3 – 3,15 (5%)	3,15 – 2,6 (17%)	2,6 – 1,9 (27%)

Анализ таблицы дает ясное представление о диапазоне цен на один и тот же компакт-диск. Можно сделать несколько выводов:

1)каждый дистрибутор придерживается собственной политики на компактные диски, которая основывается на продажной цене компакт-диска, установленной предприятием. При этом учитываются те расходы, которые необходимы для хранения товара в оптовых складах, а также для субъективной оценки компакт-дисков на торговом рынке, что имеет место во время объявления цены;

2)исходя из того, что компакт-диски приобретены у различных производителей, продажная цена товара, в свою очередь, зависит от стоимости

рабочей силы, транспортных расходов, а также от субъективного подхода конкретного предпринимателя – что из себя представляет и насколько ценна продукция, которая выносится для распродажи;

3) разница в ценах на компакт-диски тем выше, чем больше спрос на данный товар.

С одной стороны, цену на предложенный товар можно варьировать в широких пределах, с другой стороны, риск наступления коммерческой неудачи на данный продукт, из-за высокой цены, незначителен.

В таблице сравнительно высоким является интервал изменения цен. Однако, в течение последних трех лет наблюдается снижение цен на компактные диски. Это связано с процессами, происходящими на глобальном рынке, с падением цен на продукцию компьютерной техники и с мировым экономическим кризисом 2008 года.

Можно сказать, что цены на компакт-диски в Грузии, по сравнению с доходами населения, все-же высокие. Однако, исходя из специфики товара, она все-же приемлема для населения. По моему мнению, такое объяснение оправдано тем, что оно взаимосвязывает и сводит воедино такие антагонистические параметры, как высокий диапазон варьирования цен на CD и низкий уровень доходов населения.

Этот вывод основывается на взаимно исключающих условиях, что еще раз подтверждает важность дополнительного исследования бизнес среды, где предполагается будущее производство и продажа продукта интеллектуальной собственности.

Нами был проведен анализ статистических данных. В частности, исследовалась статистика провала нового товара компакт-диска в зависимости от банкротства новых предприятий. Анализ реестра Грузинских предпринимательских предприятий позволяет сделать вывод о том, что в основном такие фирмы создаются не просто так, а с целью реализации конкретного проекта, для которых в большинстве случаев основой служит конкретный объект интеллектуальной собственности.

Если сказать другими словами, в какой-то степени выход на рынок нового продукта отождествляется с созданием новой фирмы. Для стран, с развитой экономикой выход нового товара на рынок связан 50%-ным риском. С другой стороны, статистика банкротства независимых фирм в первом году работы на рынке составляет более 60%. Хотя, если для большинства западных фирм неудача связывается с высокой конкуренцией на конкретном рынке, то в Грузии основным дестабилизирующим фактором является политическая нестабильность и низкий уровень менеджмента.

Можно предположить, что для Грузии вышеперечисленные характеристики более высокие. К сожалению, в литературе конкретные данные о соответствующих рисках практически отсутствуют, поэтому по

моему предположению верхний уровень рыка должен составить не менее 70%.

Известно, что от стадии к стадии затраты имеют тенденцию роста. Поэтому логично, что чем больше число промежуточных стадии пройдет объект интеллектуальной собственности, тем меньше будет значение показателя дисконтирования. С другой стороны, можно предположить, что чем больше промежуточных стадий прошел объект интеллектуальной собственности, в конечном счете, тем больше вероятность того, чтобы довести его до стадии коммерческого использования и, исходя из этого, меньшим должен быть показатель дисконтирования. Статистика провалов дает возможность учесть максимально возможный уровень показателя дисконтирования, а используя статистику затрат – разместить на соответствующей шкале наш объект, заранее определив его рабочую стадию.

В заключении следует отметить, что необходим постоянный мониторинг рынка компакт-дисков и контроль происходящих в нем процессов. Основываясь на результаты проведенных маркетинговых исследований на Тбилисском рынке целесообразно дать следующие рекомендации потенциальным производителям и дистрибуторам компакт-дисков:

- 1) грузинский рынок должен быть насыщен всеми известными брендами компакт-дисков, необходимо расширить ассортимент товара;
- 2) необходимо регулярно проводить рекламные кампании и распродажи товаров, чтобы возбудить интерес среди покупателей;
- 3) необходимо модернизировать дизайн упаковки;
- 4) целесообразно предложить покупателю продукт упакованный в малых партиях (10-25 шт.) по оптовой цене.

Литература

- 1) Chiladze G.B. Methodology of Evaluation of Nonmaterial Actives // Scientific, Analytical-Practical Journal “Business and Legislation”. Tbilisi. _ 2010. _ №. 9. _ P. 39-42.
- 8) Chiladze G.B. Some Theoretical and Methodological Aspects of Research Compact Disks // Innovation in Business (Problems, prospects, challenges). International Scientific-Practical Conference Dedicated to the 75th Anniversary of Shota Rustaveli State University (Batumi, 2010, April 16-17). _ Batumi, 2010. _ P.345-349.
- 3) Чиладзе Г.Б. Интеллектуальное творчество, как фактор экономического развития Грузии // Защита прав интеллектуальной собственности. Материалы XIV Международной научно-практической конференции. (Украина, АР Крым, г.Алушта, 14-18 июня 2010 г.). _ Алушта, 2010. _

С.85-92.

- 4) Чиладзе Г.Б. Тбилисский рынок компакт-дисков: экономические аспекты // Ежегодная конференция Русенского университета и Русенского союза ученых. (Болгария, г.Русс, 29-30 окт. 2010 г.). _ Русс, 2010. _ (в печати).