

Cuprins

Introducere	7
Capitolul 1	
Serviciile de transport în economie	9
1.1 Serviciile de transport – componentă a sectorului terțiar	10
1.1.1 Importanța și rolul transporturilor.....	10
1.1.2 Cadrul conceptual al serviciilor de transport aerian.....	13
1.1.3 Dinamica și caracteristicile serviciilor de transport aerian	19
1.2 Tipologia serviciilor de transport aerian	22
1.3 Concurența și alianțele strategice pe piața serviciilor de transport aerian	26
1.3.1 Contextul internațional al dezvoltării serviciilor de transport aerian.....	27
1.3.2 Organisme și organizații de reglementare ale transportului aerian.....	31
1.3.3 Concurența pe piața serviciilor de transport aerian	33
1.3.3.1 Particularitățile concurenței pe piața serviciilor de transport aerian	34
1.3.3.2 Alianțe internaționale în domeniul aeronautic	35
Capitolul 2	
Particularitățile prețului serviciilor de transport aerian	37
2.1 Prețul în teoria economică generală și în accepțiunea de marketing.....	37
2.1.1 Conceptul de preț în teoria economică general.....	38
2.1.2 Funcțiile și obiectivele prețului	41
2.1.3 Prețul în accepțiunea marketingului	43
2.2 Tipologia prețurilor	49
2.3 Prețul serviciilor de transport aerian	53
2.3.1 Tarifele și taxele, echivalentul prețurilor în servicii.....	53
2.3.2 Factori determinanți ai prețului serviciilor de transport aerian	55
2.3.3 Stabilirea prețului serviciilor de transport aerian	57
2.4 Prețul tranzacțiilor online – o caracteristică a economiei moderne	60
2.4.1 Specificitatea prețului în cazul tranzacțiilor online.....	60
2.4.2 Formarea prețului în cazul tranzacțiilor online	62
Capitolul 3	
Strategii și tactici de preț – instrumente ale politicii de marketing în serviciile de transport aerian	65
3.1 Strategii de preț comune bunurilor și serviciilor.....	66
3.2 Strategii și tactici de preț utilizate în situații speciale	70
3.3 Sisteme de prețuri utilizate în practică de către companiile aeriene	76
3.4 Mecanismul de planificare a prețurilor serviciilor de transport aerian	82

Capitolul 4

Metode de analiză, planificare strategică și stabilire a prețurilor (tarifelor)

serviciilor de transport aerian	89
4.1 Metode de planificare strategică și stabilire a prețurilor serviciilor de transport aerian bazate pe costuri	89
4.1.1 Tipologia costurilor	90
4.1.2 Costurile în serviciile de transport aerian	93
4.1.3 Metode de calcul ale prețului în funcție de costuri	95
4.2 Metode de planificare strategică și stabilire a prețurilor serviciilor de transport aerian bazate pe cerere.....	97
4.2.1 Particularitățile cererii pe piața serviciilor de transport aerian.....	97
4.2.2 Elasticitatea cererii la preț	100
4.2.3 Metode de calcul a prețurilor în funcție de cerere	102
4.3 Metode de planificare strategică și stabilire a prețurilor serviciilor de transport aerian în funcție de concurență	103
4.3.1 Concurența în serviciile de transport aerian.....	104
4.3.2 Reacțiile firmei la acțiunile concurenților de modificare a prețurilor	106

Capitolul 5

Comportamentul consumatorului de servicii de transport aerian

și implicațiile lui asupra deciziilor de preț.....	115
5.1 Analiza procesului decizional de cumpărare al unui serviciu de transport aerian din perspectiva prețului	115
5.1.1 Relația preț – proces decizional de cumpărare a serviciilor de transport aerian.....	116
5.1.2 Factori de influență ai comportamentului de cumpărare și de percepție al prețului	119
5.1.3 Percepția prețului și a valorii	122
5.2 Tipologia consumatorilor de servicii de transport aerian.....	128
5.3 Alte aspecte implicate în comportamentul consumatorului față de preț pentru serviciile de transport aerian	130
5.3.1 Prețul de referință și sensibilitatea la preț	130
5.3.2 Percepția prețului ca urmare a schimbării sau denominării monedei	136
5.4 Recomandări generale privind creșterea fluxului de pasageri și a îmbunătățirii activităților economice	141

Bibliografie	145
---------------------------	------------

Anexe.....	158
-------------------	------------