

ВОЗМОЖНОСТИ ЭФФЕКТИВНОГО ПРИМЕНЕНИЯ ПОВРЕМЕННОЙ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ТАРИФОВ НА ТРАНСПОРТЕ

Сферу автотранспортных услуг в Республике Беларусь можно рассматривать как конкурентное производство со свободным входом в отрасль любой желающей фирмы. Конкуренция между перевозчиками гарантирует постоянство тарифов на уровне долговременных средних (AC_L) и предельных (MC_L) издержек в условиях неизменности спроса. Однако в краткосрочном периоде наблюдается дифференциация в спросе на транспортные услуги именно в течение определённых наиболее предпочтительных для заказчиков периодов времени (час, сутки, сезон).

Важной особенностью любой услуги является её ориентация на действие, а не на изделие. Системы доставки и транспортировки не могут создавать запасы времени и поэтому более чувствительны к изменениям спроса. Вполне оправданным, поэтому, должно быть уравнивающее предложение перевозок по более высоким тарифам. В противном случае постоянство транспортных тарифов не побуждает заказчиков более разборчиво относиться к выбору времени пользования транспортом. Требуется отдельного анализа и противоположная ценовая политика, наблюдаемая на транспортном рынке РБ, например, тариф на пользование такси с 6 до 22 часов установлен в размере 295 руб./км, а с 22 до 6 часов – 440 руб./км. Для удовлетворения неоправданно высокого спроса в «часы пик» транспортные предприятия вынуждены наращивать мощность парка подвижного состава, недостаточно эффективно используемого в остальное время. Как следствие – удорожание в целом работы транспортного комплекса, являющееся платой за снижение неопределённости относительно колебаний спроса.

В данной ситуации возникает необходимость применения теории ценообразования в условиях неопределённости. Она убеждает в том, что предполагаемый доход с единицы потенциальной транспортной работы будет выше, если транспортная компания установит два тарифа (исходный T_n и сниженный T_c), а не будет придерживаться политики единой цены. Пользующиеся услугами транспортных компаний субъекты хозяйствования пытаются теперь получить скидки, по возможности

перемещая время поездок и перевозок своих грузов в течение суток, дней недели, месяцев и даже сезонов. Тем самым создаётся ситуация неопределённости относительно ценности, присуждаемой заказчиком перевозке в конкретный период. Фактор времени играет здесь решающую роль в определении идентичности товара, каковым является перевозка. С точки зрения покупателя транспортных услуг, перемещения его груза или поездка в другое время не являются прежним товаром. К тому же, у него нет полной уверенности в том, что спустя максимально возможное для него время, представится возможность перевозки по сниженному тарифу. Это не укладывается в рамки ценовой дискриминационно-определённой гипотезы, предполагающей некоторое постоянство товарного ассортимента в периоды исходной и сниженной цены.

Использованию двухтарифной политики способствует большая информированность менеджмента о возможности потребителей платить больше за перевозку в наиболее популярное время, являющаяся результатом мониторинга рыночного спроса, находящего отражение в распределении вероятностей тарифов, которые потребители желают оплачивать за пользование транспортом в определённые периоды. Частный, но преобладающий результат изучения рынка, – когда функция спроса задаётся в виде прямой с отрицательным наклоном. Тогда при условии наличия достаточной дисперсии распределения тарифов, автотранспортное предприятие, пользуясь пятидесятипроцентной скидкой, до предела увеличит суммарный доход от перевозок в «часы пик» и в остальное время. Это предполагает возможность установления тарифа на уровне не менее 133,3% от предельных издержек транспортного производства, что проблематично в условиях проводимой правительством политики цен и доходов.

Теория неопределённости показывает, что процент скидки и процент превышения тарифом предельных издержек в состоянии рыночного равновесия будут меньше, а доля нашедших покупателя транспортных услуг значительно больше с уменьшением дисперсии тарифов. С увеличением разброса мнений заказчиков о максимальной приемлемой для них стоимости перевозки у перевозчика появляется возможность даже выполнять работу бесплатно в наименее загруженное для него время. Возникает одно из решений проблемы обслуживания социально незащищённых пассажиров. Данная схема применима и на грузовом транспорте: нулевой тариф T_n в условиях конкурентного рынка можно получить, пользуясь услугой в периоды, имеющие наименьшую популярность у заказчиков. В таблице в качестве примера представлены две ситуации практического применения теории ценообразования в условиях неопределённости.

Примеры тарифных планов

Дисперсия возможных тарифов	(330, 300, ..., 90, 60)			(270, 240, ..., 150, 120)		
	T_n	T_c	T_n	T_n	T_c	T_n
Тариф	240	120	0	210	120	—
Рентабельность, %	67	-17	-100	27	-27	—
Реализация, %	40	40	20	50	50	0
MC_L	144			165		

Дифференциация тарифов во времени на транспортном рынке республики, при разумном проведении, выглядит достаточно привлекательным, надёжным и эффективным способом снижения транспортных издержек в экономике. Процесс её внедрения требует отказа от прямого государственного контроля над тарифами в области перевозок.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Стивенсон, Вильям Дж. Управление производством.— М.: БИНОМ, 1999.—927 с.: ил. 2. Формирование цен и тарифов.— Мн.: ООО «Информпресс», 2001.— 104с. 3. Pashigian, B. Peter. Price theory and applications. — McGraw-Hill Co, Inc, 1995.—VII-XXIII, 760 p.: ill.

УДК 338.5:629.114.2.002

асп. В.В КУПЦОВА (БГПА)

ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ РАСЧЕТА ЦЕН ВЫПУСКАЕМЫХ И ПРОЕКТИРУЕМЫХ ТРАКТОРОВ ПО «МТЗ»

Минский тракторный завод, являясь одним из флагманов машиностроительной отрасли республики, осуществляет выпуск широкой номенклатуры тракторной техники, обладающей значительными функциональными возможностями, что позволяет ей находить применение в самых различных сферах сельскохозяйственного производства. Помимо обеспечения потребностей внутриреспубликанского рынка, предприятие экспортирует значительную часть своей продукции в страны дальнего и ближнего зарубежья. География продаж продукции отечественных тракторостроителей широка и включает США, Канаду, Россию, страны Европейского союза, Латинской Америки, Центральной и Юго-