

Определение тарифов на основе нахождения равновесия между затратами производства и спросом

Черных О.В.

Белорусский государственный университет транспорта

Определение тарифов на основе нахождения равновесия между производственными затратами и спросом на транспортном предприятии сводится к следующим этапам: 1) постановка целей и задач ценообразования. Транспортное предприятие должно сформулировать для себя четкую цель, которой она хочет достичь в краткосрочном и долгосрочном периоде с помощью данного тарифа на свои услуги; 2) определение объема оказанных услуг. Объем оказанных услуг определяется исходя из производственной мощности предприятия и емкости рынка; 3) расчет исходного тарифа на основе полных затрат производства. Предприятие подсчитывает общую сумму затрат, связанных с оказанием данного объема оказанных транспортных услуг. Общие затраты делятся на переменные и постоянные, затем рассчитываются издержки и тариф единицы продукции (например, на внутригородских перевозках тариф за перевозку одного пассажира); 4) проработка различных возможных на реальном рынке вариантов комбинаций «тариф-объем перевозок», установленных экспериментальным путем, и выбор оптимального из них. В качестве оптимальной выбирается та комбинация, которая обеспечит предприятию получение наибольшей суммы покрытия; 5) оценка прочности услуги на рынке. На основе сопоставления технико-экономических параметров предприятие выявляет преимущества и недостатки оказываемых ею транспортных услуг с услугами конкурентов. Здесь определяется насколько уровень тарифов, исчисленный на базе затрат, вписывается в систему текущих рыночных цен на аналогичные услуги конкурентов; 6) проработка различных вариантов «тариф-объем перевозок» с учетом конкурентных факторов, выявленных на предыдущем этапе. Предприятие выбирает тот вариант, который обеспечивает ей получение максимально возможной суммы покрытия. Количественный анализ обязательно дополняется качественным исследованием; 7) учет дополнительных факторов при назначении окончательного тарифа. Необходимо помнить, что потребители рассматривают тариф, как показатель качества, и каждый потребитель находится в определенном им самим ценовом лимите.

Следует также предусмотреть реакцию конкурентов на определяемый уровень тарифа, принять во внимание условия возможных рыночных изменений, колебания цен на расходующие ресурсы и т.д.