

ПРОБЛЕМИ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА РИНКУ МІЖНАРОДНИХ АВТОМОБІЛЬНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ВАНТАЖІВ

Україна в останні роки проводить політику, направлену на зміцнення позицій українських міжнародних перевізників та утримання галузі міжнародних автомобільних перевезень на належному європейському рівні. У нашій державі продовжує створюватись цивілізований ринок перевезень, що дає можливість закріпити свої позиції на міжнародному ринку, де існує жорстка конкуренція. Проте, цьому постійно перешкоджають зміни у складових собівартості перевезень. Фінансове навантаження на міжнародних автоперевізників протягом останніх трьох років значно зросло з ряду причин: різко підвищились ціни на паливно-мастильні матеріали, вартість яких складає до 40 відсотків собівартості перевезення, у 6 разів зросли ставки податку з власників транспортних засобів, рядом іноземних країн введені додаткові дорожні збори та обмеження на ввезення пального, існують додаткові витрати, пов'язані з необхідністю оформлення віз.

В умовах ринкової економіки однієї з головних задач автотранспорту тепер є боротьба за збереження, а по можливості і за збільшення обсягів надання послуг з міжнародних перевезень вантажів. Тому необхідно приділити більше уваги формуванню автотранспортних тарифів, оскільки від рівня тарифів залежить прибутковість, а значить, і фінансова стабільність, живучість в конкурентній боротьбі. Основні напрямки вдосконалення тарифної політики можна розглянути на прикладі саме вантажних перевезень.

Конкретні методи побудови тарифів з урахуванням ціни вантажів можуть бути різними. Одним з них є визначення рівня тарифу, виходячи з відношення провізної плати до ціни вантажу (частки транспортної складової в кінцевій ціні товару). Якщо прийняти за основу середнє відношення провізної плати по тарифу до ціни "середнього" вантажу, такий спосіб означає розподіл наміченої суми виручки (прибутків) пропорційно цінам вантажів, що перевозяться. Іншим способом обліку ціни вантажів при формуванні тарифів може бути розподіл суми не доходів, а прибутків. В такому випадку плата за перевезення вантажів, що дорого коштують буде нижчою, а "дешевих" вантажів - вище, ніж при першому способі. Перевезення всіх вантажів стають рентабельними. Однак для самих "дешевих" вантажів провізна плата буде складати хоч і меншу, ніж при діючих тарифах, але все ж значну частину кінцевої ціни товарів. Встановлені одним з викладених способів і оголошені потім в прейскуранті тарифні ставки повинні розглядатися як граничні ставки регульованих тарифів і як орієнтовні для вільних тарифів. При цьому граничні ставки будуть призначатися для тарифікації перевезень, відповідно встановленим стандартам (нормативним термінам доставки, нормам природного спаду вантажів і т.п.). Умови перевезень і їх відмінність від встановлених стандартами потрібно оговорювати в контрактах автопідприємства на перевезення і вантажовласниками. Там же повинні передбачатися і знижки тарифу, що є важливим інструментом цінового маркетингу.

З розвитком ринку транспортних послуг, появою акціонерних компаній і інших комерційних структур ціноутворення повинно засновуватися саме на маркетинговій політиці. У цьому випадку цінова стратегія повинна базуватися на наступних принципах: витратах, попиті, конкуренції, стимулюванні.