

УДК 338.53

*П. Г. ПОНОМАРЕНКО, канд. экон. наук, доцент, В. Н. МОРОЗ  
Белорусский государственный университет транспорта*

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДОВ ТАРГЕТИРОВАНИЯ В ТАРИФНОЙ ПОЛИТИКЕ ТРАНСПОРТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Исследованы возможности таргетирования тарифов на железнодорожные пассажирские перевозки в увязке с качественными характеристиками оказываемой услуги, обоснованы его преимущества и социальная значимость в условиях обострившейся конкуренции на рынке транспортных услуг в Республике Беларусь.

В Республике Беларусь, как в социально ориентированном государстве, на протяжении последних десятилетий решается крайне важная государственная задача – обеспечение роста доходов и уровня жизни населения страны, а также расширение объемов и качества оказываемых услуг, в том числе транспортных. Ее грамотное решение дает возможность повысить экономический, политический и социальный статус страны, а также сформировать потенциал для стабильного развития гражданского общества в будущем.

Однако реализация социально ориентированной экономической политики государства в условиях функционирования рыночных отношений зачастую сталкивается с рядом сложностей, которые возникают в силу стремления отдельных субъектов хозяйствования получить максимально возможную экономическую и финансовую выгоду за счет уменьшения социальных затрат на развитие коллектива и общества в целом. Этому способствуют политика отдельных субъектов хозяйствования, направленная на сдерживание темпов социальной поддержки своих работников по причине снижения темпов развития предприятий из-за пандемии коронавирусной инфекции (COVID-19), введения санкций со стороны США, государств Европы и т. п. В последние годы значительные проблемы для реализации программы социального развития общества создает и ценовой фактор. Рост уровня цен на потребительские товары и услуги во многом снижает эффективность проводимых мероприятий по росту заработной платы и доходов населения.

В настоящее время большинство предприятий пытаются стимулировать спрос потребителей на свою продукцию, работы и услуги как за счет предоставления им целого ряда скидок и бонусов, снижения цен за счет проведе-

ния политики импортозамещения, сокращения производственных затрат и себестоимости, так и использования рыночного механизма таргетирования затрат и отпускных цен (тарифов), как способа увязки их уровня с качественными характеристиками оказываемых услуг и определенными категориями потребителей. Да и органы государственного регулирования тоже проводят большую работу по пресечению недобросовестной конкуренции среди хозяйствующих субъектов, по мониторингу и обеспечению ценовой стабильности путем регулирования цен и тарифов.

Правовые основы государственной политики в области ценообразования определены Законом Республики Беларусь «О ценообразовании» от 10.05.1999 г. № 255-З (в ред. от 11.07.2014 г. № 192-З). Согласно данному закону, основным принципом ценообразования в Беларуси является сочетание свободных и регулируемых цен посредством установления тарифов, предельных цен, а также регулирования уровня торговых и иных надбавок. Предельные отпускные цены (тарифы) устанавливаются на ряд товаров и услуг, реализуемых естественными монополиями [2].

Согласно закону Республики Беларусь «О естественных монополиях» от 16.12.2002 г. № 162-З в сфере оказания транспортных услуг к естественным монополиям с государственным регулированием тарифов относятся услуги железнодорожного транспорта общего пользования, железнодорожные перевозки и услуги по транспортировке нефти и газа. В перечень предприятий-монополистов не включены организации автомобильного транспорта, однако, тарифы на перевозку пассажиров как для организаций монополистов, так и не относящихся к таковым в силу социальной значимости транспортной отрасли устанавливаются и регулируются государством [3].

В транспортной отрасли в настоящее время функционирует два вида тарифов: регулируемые, или устанавливаемые государством, и свободные – рассчитываются перевозчиком самостоятельно и обеспечивают получение доходов, способных покрыть расходы и обеспечить получение прибыли, при условии сохранения конкурентоспособности данного вида услуг на рынке. В условиях жесткого ценового регулирования пассажирских перевозок тарифная политика вынуждает транспортные организации в условиях конкуренции прибегать к оптимизации и сокращению эксплуатационных расходов, а также таргетированию стоимости проезда в зависимости от спроса, качества, уровня доходов отдельных категорий потребителей транспортных услуг.

В рыночной экономике сильно развита конкуренция, в особенности в сфере автомобильных перевозок. Она привела к тому, что по многим видам пассажирских и грузовых перевозок уже сложились рыночные цены на оказываемые транспортные услуги, а формирование тарифов на основе себестоимости оказанных услуг теряет смысл из-за действия рыночного механизма регулирования цен. Поэтому большинство автомобильных перевозчиков уже

несколько лет подряд прибегают к таргетированию рынка транспортных услуг.

Сущность таргетирования рынка транспортных услуг заключается в том, что перевозчики применяют специальные (таргетированные) тарифы. Они отличаются от тарифов, рассчитанных на основе себестоимости (затратный подход), так как сформировались в условиях конкуренции и под влиянием рыночного механизма ценообразования. Таргетированные тарифы варьируются в зависимости от особенностей перевозки: частота пользования услугами данного перевозчика, время и день выполнения перевозок, категории пользователей услуги, наличия предварительной оплаты (аванса), комфортность транспортного средства и расположение места в салоне автомобиля, степень загруженности транспорта на отдельных участках маршрута, сезонная востребованность в перевозках и т. п.

В условиях таргетирования рынка изменяются и методы калькуляции себестоимости и тарифа. По нашему мнению, наиболее прогрессивный метод, применяемый в международной практике, – таргет-костинг, являющийся эффективным инструментом осуществления контроля и экономии затрат ещё на стадии разработки. Его сущность заключается в том, что расчёт себестоимости продукции (услуг) осуществляется в обратной последовательности к затратному методу. При расчете плановой себестоимости исходят из фактически установившейся на рынке цены реализации товара или тарифа на услуги с учетом сложившихся уровней спроса и предложения. При этом для расчета себестоимости величина прибыли, которую устанавливает субъект хозяйствования, вычитается из ожидаемой тарифа. Затем проводится аналитическая работа по разработке суммы по каждой статье затрат исходя из рассчитанной ранее себестоимости обратным методом от рыночной стоимости продукции, работ или услуг.

Нами проведено исследование тарифов на пассажирские перевозки, установленных для Государственного объединения «Белорусская железная дорога» и обоснованы предложения по их таргетированию. Рекомендовано согласовать с органами государственного регулирования и проводить таргетирование тарифов на внутренние и международные пассажирские перевозки с учетом следующих факторов: временной востребованности, качества и комфортности услуги. Процедуру таргетирования стоимости проезда предложено провести в рамках существующего правового поля и в пределах суммы выручки от перевозки пассажиров, рассчитанной по утвержденным государством тарифам.

Базовым принципом ценообразования, который применяется во многих странах на железнодорожном транспорте, является установление тарифов на перевозки на уровне, который возможен при текущих рыночных условиях, с учетом цен, устанавливаемых конкурентными видами транспорта. Указанный тариф, в свою очередь, должен покрывать минимальный уровень эксплуатационных затрат по конкретным перевозкам.

Помимо основного тарифа железная дорога должна устанавливать наценку или скидку для определенных групп клиентов, учитывая эластичность спроса на перевозки грузов. При этом для заказчиков с низкой эластичностью спроса устанавливается более высокая наценка, чем для заказчиков с высокой эластичностью спроса.

Формирование тарифов на пассажирские перевозки, по нашему мнению, также должно быть модифицировано и поставлено в зависимость от различных факторов: класс обслуживания, время нахождения в пути, дата оплаты проезда при покупке проездных билетов, количество приобретаемых проездных билетов, место расположения в пассажирском вагоне (боковые места, верхние полки).

С учетом изложенных выше особенностей оплаты услуги пассажиром и комфортности его проезда, на наш взгляд, Государственное объединение «Белорусская железная дорога» для повышения своих доходов, повышения имиджа пассажирских перевозок, а также удовлетворения потребительских запросов категорий пассажиров с учетом их финансовых возможностей оплаты проезда должно добиваться от регулятора пассажирских перевозок возможности таргетирования тарифов на услуги по аналогии, как это осуществляет ОАО «Авиакомпания Белавиа», ОАО «Российские железные дороги» и другие перевозчики пассажиров. Установленные государством тарифы на пассажирские перевозки должны корректироваться с применением к ним повышающих и понижающих коэффициентов в рамках объема выручки, рассчитанной с применением базовых тарифов. Модернизированная ценовая политика дает возможность повысить привлекательность предоставляемых услуг за комфортность проезда, а также будет способствовать удовлетворению потребительского спроса на перевозки пассажиров с разными уровнями доходов.

В странах Западной Европы, например в Германии, на железной дороге за каждым местом в вагоне поезда закреплена определенная стоимость в зависимости от условий и степени комфорта. И пассажир имеет право самостоятельно выбрать место исходя из своих предпочтений, оплатив при этом большую или меньшую стоимость услуги.

Исследуем цены на услуги на примере стоимости проезда в вагонах поезда Полоцк – Брест. Стоимость купейного билета составляет 28,81 руб., а плацкартного – 20,75 руб. независимо от местонахождения купе/плацкарта в самом вагоне. Время в пути составляет – 16 часов 27 минут, что означает потребность пассажира в дополнительных услугах, например, постельном белье, напитках и т. п. Пассажиру, соответственно, хочется совершить поездку в максимально комфортных условиях при оптимальных затратах. Однако единый тариф на места в вагоне не учитывает комфортность поездки пассажира. Пассажиру дается право выбора места в вагоне, при наличии свободных мест, но этот факт никаким образом не сказывается на стоимости проезд-

да. Получается парадокс, комфортность проезда возросла, а стоимость услуги осталась неизменной. Приобретая билет единой стоимостью 20,75 руб. клиент может получить место как возле туалета или боковое место, так и в центре вагона, заплатив одинаковую стоимость, что видно на рисунке 1.

При условии бронирования всех мест в вагоне по установленной цене, железная дорога получит суммарный доход в размере 1120,5 руб.

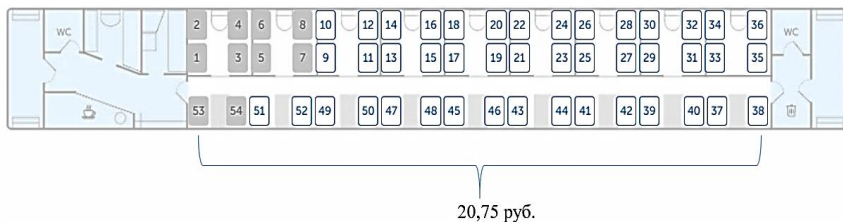


Рисунок 1 – Схема плацкартных мест пассажирского поезда Полоцк – Брест

Если грамотно распределить стоимость билетов в зависимости от комфортности расположения посадочных мест в пассажирском вагоне, железная дорога может даже получить больший доход, найдя при этом положительный отклик у пассажиров, которые будут готовы заплатить большую или меньшую стоимость в зависимости от своих предпочтений в отношении данного места. Для этого необходимо установить цены:

- 1) 12 мест по 24,75 руб.
- 2) 12 мест по 22,75 руб.
- 3) 12 мест по 20,75 руб.
- 4) 18 мест по 18,75 руб.

Наглядно, возможную схему распределения стоимости можно представить на рисунке 2.

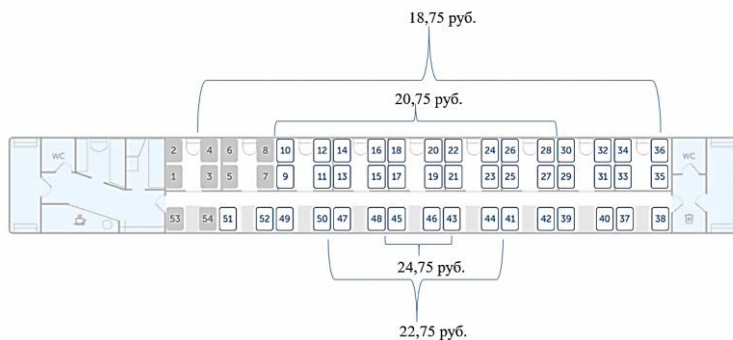


Рисунок 2 – Схема плацкартных мест пассажирского поезда Полоцк – Брест с таргетированием их стоимости в зависимости от расположения места

Согласно распределению стоимости, представленному на рисунке 2, железная дорога при продаже билетов на все места вагона может получить суммарный доход в размере 1156,5 руб., что на 36 руб. больше дохода, получаемого при первом варианте стоимости плацкарта.

Вышепроизведенные расчеты позволяют сделать вывод о необходимости тщательного маркетингового анализа на железнодорожном транспорте с учетом потребностей пассажиров и внедрения системы таргетирования стоимости поездки с учетом уровня ее комфортности. Это может не только повысить степень удовлетворенности пассажиров от приобретаемых услуг, но и увеличить суммарный доход от пассажирских перевозок, сохранив ориентацию на платежеспособный спрос населения.

Таким образом, предложенные в работе методы таргетирования затрат при ценообразовании и стоимости билетов с учетом качества, комфортности и иных условий предоставления услуг на транспорте наглядно демонстрируют возможности предприятия варьировать тарифами и затратами, путем установления корректирующих коэффициентов к базовым тарифам за комфортность оказанной услуги. К тому же опыт таргетирования тарифов на перевозки пассажиров уже имеется у многих зарубежных и отечественных перевозчиков, в том числе в Российской Федерации в ОАО «Российские железные дороги» и в ОАО «Авиакомпания Белавиа».

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 **Хавина, С. А.** Государственное регулирование экономики / С. А. Хавина // Большая российская энциклопедия : [в 35 т.] / гл. ред. Ю. С. Осипов. – М. : Большая российская энциклопедия, 2004–2017.

2 О ценообразовании : закон Республики Беларусь от 10.05.1999 г. № 255-3 (в ред. от 11.07.2014 г. № 192-3).

3 О естественных монополиях : закон Республики Беларусь от 16.12.2002 г. № 162-3 (в ред. от 11.11.2019 г. № 250-3).

4 **Гизатуллина, В. Г.** Себестоимость железнодорожных перевозок и тарифов : учеб. пособие / В. Г. Гизатуллина, Е. В. Бойкачева. – Гомель : БелГУТ, 2016. – 301 с.

5 Тарифная политика Железных дорог государств – участников Содружества Независимых Государств на перевозки грузов в международном сообщении на 2021 год : согласов. 29 октября 2020 г.

*P. PONOMARENKO, PhD, Associate Professor, V. MOROZ  
Belarussian State University of Transport*

#### **USE OF TARGETING METHODS IN THE TARIFF POLICY OF TRANSPORT ORGANIZATIONS OF THE REPUBLIC OF BELARUS**

The article explores the possibilities of targeting tariffs for railway passenger transportation with the quality characteristics of the services provided, justified by its advantages and social advantages in the context of heightened competition in the transport services market in Belarus.

Получено 21.10.2021