

УДК 656.135
ОЦЕНКА ТАРИФОВ И КОНЪЮНКТУРЫ РЕСПУБЛИКАНСКОГО
РЫНКА АВТОТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ

Т.А. БОРОДИЧ

Научный руководитель В.В. ТЕРЕШИНА, канд. экон. наук, доц.
Государственное учреждение высшего профессионального образования
«БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Учреждение образования
«БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»

Могилев, Минск, Беларусь

Тарифообразование в автотранспортных региональных объединениях характеризуется многофакторностью, принимает в расчёт тип рынка, конкурентное окружение, собственные затраты, государственные нормативные акты, состояние спроса и предложения, учитывает множество иных параметров, влияющих на тарифы в той либо иной степени. В практике тарифообразования на автотранспортных предприятиях часто обходят вниманием внешние факторы, считая их второстепенными. При анализе внешних факторов тарифообразования в первую очередь следует оценить состояние и развитие рынка автотранспортных услуг. Рынок влияет на тариф через емкость рынка, уровень конкуренции, соотношение спроса и предложения, которые обуславливают цены на услуги автотранспорта. На емкость рынка грузовых перевозок оказывает влияние уровень развития предприятий промышленности, торговли, строительства и сельского хозяйства, являющихся основными потребителями данного вида услуг. На рынке транспортных услуг существуют следующие виды конкуренции: между различными видами транспорта; между автотранспортными предприятиями различных форм собственности. Уровень конкурентной борьбы между различными видами транспорта можно оценить через динамику объемов оказанных услуг автотранспортом.

Таким образом, анализ рынка автотранспортных услуг Республики Беларусь свидетельствует об обострении за последние годы конкурентной борьбы как между автоперевозчиками различных форм собственности, так и со стороны других видов транспорта. Следует отметить, что на рассматриваемом рынке присутствует как ценовая, так и неценовая конкуренция, последняя из которых в настоящее время приобретает все большее значение, несмотря на преобладание ценового фактора при выборе потребителем производителя транспортной услуги. Вследствие чего проблема определения уровня тарифов на свои услуги автотранспортными предприятиями и учет в них качества оказываемых услуг приобретает большое значение в осуществлении успешной деятельности автоперевозчика на рынке.