

5. Каменев Е.М. Исламский банкинг: особенности функционирования и перспективы развития // Инновации и инвестиции: перспективы развития: сборник научных трудов по материалам VII Международной научно-практической конференции (г. Уфа, 29–30 апреля 2021 г.). Уфа: Изд-во УГАТУ, 2021. С. 99–103.
6. Осадчев Д.Н. Исламский банкинг: роль и место в мировой экономике. Потенциал развития в России [Электронный ресурс]. URL: <http://etnosocium.ru/sites/default/files/Krim36.pdf>
7. Anti-money laundering and counter-terrorist financing measures. Kingdom of Bahrain [Electronic resource]. URL: <https://menafatf.org/sites/default/files/Newsletter/MER-Bahrain-2018.pdf>
8. Badawi Z.M. Islamic Finance and the Role of the State // Islamic Banker. 1999. № 45. P. 16.
9. Dubai Islamic Bank [Electronic resource]. URL: <https://www.dibpak.com/>
10. Islamic Finance Development Indicator [Electronic resource]. URL: https://icd-ps.org/uploads/files/ICD%20Refinitiv%20ifdi-report-20221669878247_1582.pdf
11. Islamic Finance Outlook 2022 / S&P Global Ratings [Electronic resource]. URL: <https://www.spglobal.com/ratings/en/research/pdf-articles/islamic-finance-outlook-2022-28102022v1.pdf>
12. Islamic Financial Services Board [Electronic resource]. URL: <https://www.ifsb.org/>
13. Jurisdictions under Increased Monitoring - 24 February 2023 / Financial Action Task Force (FATF) [Electronic resource]. URL: <https://www.fatf-gafi.org/en/publications/High-risk-and-other-monitored-jurisdictions/Increased-monitoring-february-2023.html>
14. Labuan Financial Services Authority [Electronic resource]. URL: <https://www.labuanfsa.gov.my>

DOI: [10.34773/EU.2023.4.9](https://doi.org/10.34773/EU.2023.4.9)

Новый показатель оценки ценовой дискриминации*

A New Indicator for Assessing Price Discrimination

М. СТРЕЛЬЦОВ, Р. ШАРИПОВА

Стрельцов Максим Александрович, канд. экон. наук, доцент кафедры финансовых, учетных и налоговых технологий Уфимского университета науки и технологий (УУНиТ). E-mail: maxim-ugatu@yandex.ru
Шарипова Регина Наильевна, канд. экон. наук, доцент кафедры финансовых, учетных и налоговых технологий УУНиТ.

В статье предлагается ввести в экономическую практику новый показатель ценовой дискриминации третьего типа – показатель «идеальности дискриминации», который, в отличие от уже существующих показателей, характеризует ценовую дискриминацию не только количественно, но и качественно.

Ключевые слова: ценовая дискриминация, вероятность абсолютной эффективности функционирования, потери предприятия в ходе производственной деятельности.

The article proposes to introduce into economic practice a new indicator of price discrimination of the third type – the indicator of "ideality of discrimination", which, unlike existing indicators, characterizes price discrimination not only quantitatively, but also qualitatively.

Key words: price discrimination, probability of absolute efficiency of functioning, losses of the enterprise in the course of production activity.

* Ссылка на статью: Стрельцов М.А., Шарипова Р.Н. Новый показатель оценки ценовой дискриминации // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2023. № 4. С. 49–52.

Основные положения

Разработан новый показатель оценки ценовой дискриминации третьего типа, получивший название «показателя идеальности ценовой дискриминации». Использование в экономической практике данного показателя позволит фирмам более разносторонне оценивать степень эффективности использования ценовой дискриминации, а также сравнивать свою экономическую деятельность с деятельностью конкурентов.

Введение

Ценовая дискриминация – один из наиболее распространенных инструментов ценообразования. Он предполагает установление различных цен на один и тот же товар для отдельных покупателей, что позволяет фирме увеличивать объемы продаж товара за счет более полного охвата всех групп потенциальных покупателей товара (с высоким, средним и низким уровнями доходов) [1].

В научной литературе наиболее часто исследуются вопросы применения ценовой дискриминации, такие как возможность ее использования в различных отраслях экономики, вопросы установления оптимальных цен, вопросы оценки увеличения выручки и т.п. [3]. Однако очень мало трудов, посвященных оценке самой ценовой дискриминации, что, по мнению авторов статьи, является существенным упущением.

Методы

Традиционно выделяют ценовую дискриминацию первой, второй и третьей степеней. В данной статье речь пойдет именно о третьей степени ценовой дискриминации, при которой фирма имеет возможность разделить потенциальных потребителей на группы и установить на один и тот же товар различные цены для разных групп потребителей.

В статье М.В. Леонова описываются пять показателей оценки ценовой дискриминации:

- абсолютная разница между максимальной и минимальной ценой;
- относительная разница между максимальной и минимальной ценой;
- среднеквадратическое отклонение цен;
- отношение среднеквадратического отклонения цены товара к среднему значению цены;
- коэффициент неравномерности распределения цен [1].

Каждый из этих показателей имеет свои недостатки. Так, «абсолютная разница между максимальной и минимальной ценой» плохо отражает масштаб дискриминации, а «среднеквадратическое отклонение цен» не дает возможности оценить особенности дискриминации. Кроме того, все вышперечисленные показатели отражают только количественные аспекты дискриминации, не затрагивая ее качественные характеристики. В связи с этим автор предлагает ввести в обиход новый показатель оценки ценовой дискриминации – показатель «идеальности дискриминации».

Для простоты изложения допустим, что на некотором рынке существуют только две группы потребителей товара. Из курса микроэкономики известно, что для максимизации прибыли при ценовой дискриминации третьего типа должно выполняться условие: предельная выручка на рынке каждой группы потребителей должна быть одинакова и равна предельным издержкам [2].

$$MR_1(Q_1) = MR_2(Q_2) = MC(Q_1 + Q_2), \quad (1)$$

где Q_1 , Q_2 – количества товара, реализованных каждой группе потребителей; $MR_1(Q_1)$, $MR_2(Q_2)$ – предельные доходы; MC – предельные издержки.

Преобразуем выражение (1):

$$MR(Q) = \frac{dTR}{dQ} = \frac{dP}{dQ} = P + Q \frac{dP}{dQ} = P \left(1 + \frac{Q}{P} \cdot \frac{dP}{dQ} \right) = P \left(1 + \frac{1}{E} \right), \quad (2)$$

где TR – валовой доход; E – эластичность спроса по цене.

Из (1) и (2) получаем:

$$MR_1(Q_1) = MR_2(Q_2) \Leftrightarrow P_1 \left(1 + \frac{1}{E_1}\right) = P_2 \left(1 + \frac{1}{E_2}\right) \Leftrightarrow \frac{P_1}{P_2} = \frac{1 + \frac{1}{E_2}}{1 + \frac{1}{E_1}}. \quad (3)$$

Обозначим $\frac{1 + \frac{1}{E_2}}{1 + \frac{1}{E_1}} = k$. Содержательно выражение (3) говорит о том, что максимальную

прибыль от дискриминации фирма получит, если установит цены для двух групп потребителей товара, которые соответствуют отношению, равному k .

Далее фирма может сравнить отношение установленных ею цен товара в рамках дискриминации с параметром k следующим образом:

$$d = |k_\phi - k|,$$

где k_ϕ – существующее отношение цен товара в рамках дискриминации.

Чем ближе величина d к нулю, тем эффективнее фирма применяет ценовую дискриминацию. Поэтому считаем целесообразным назвать величину d показателем «идеальности дискриминации».

Данный показатель служит фирме, использующей ценовую дискриминацию, ориентиром установления дискриминационных цен для различных групп потребителей.

Результаты

Методику расчёта нового показателя идеальности ценовой дискриминации рассмотрим на примере рынка потребительских кредитов ПАО «Сбербанк».

- 1) Разбиение потребительского рынка на два сегмента.
- 2) Сбор информации об объеме спроса и ценах по обоим сегментам рынка.
- 3) Оценка функции спроса в зависимости от цены для каждого сегмента рынка:

$$Q_i(p) = a_1 p^n + a_2 p^{n-1} + \dots + a_{n-1} p + a_n, \quad (4)$$

где $Q_i(p)$ – функция спроса i -го сегмента рынка в зависимости от цены товара; p – цена единицы товара; a_1, a_2, \dots, a_n – коэффициенты.

Это можно осуществить методиками регрессионного анализа.

- 4) Определение по функциям спроса средней эластичности спроса по цене для каждого сегмента рынка. Для этого необходимо рассчитать точечную эластичность спроса по цене в нескольких точках функции спроса, а затем найти среднеарифметическое значение эластичности:

$$E_i^j = (Q_i(p))' \cdot \frac{p_0}{Q_i(p_0)}, \quad (5)$$

$$\overline{E_i} = \frac{1}{n} \sum_{j=1}^n E_i^j, \quad (6)$$

где E_i^j – точечная эластичность i -го сегмента рынка; $\overline{E_i}$ – средняя эластичность i -го сегмента рынка.

5) Расчет оптимального отношения цен на разных сегментах рынка:

$$k = \frac{1 + \frac{1}{E_2}}{1 + \frac{1}{E_1}}. \quad (7)$$

6) Расчет показателя идеальности ценовой дискриминации путем сравнения фактического отношения установленных цен товаров на разных сегментах рынка k_ϕ с оптимальным отношением k :

$$d = |k_\phi - k|, \quad (8)$$

где d – показатель идеальности ценовой дискриминации.

Обсуждение

Чем ближе параметр d к нулю, тем эффективнее фирма использует ценовую дискриминацию, т.е. тем больше выручки она получает от установления различных цен. Напротив, высокие значения d являются показателем слабой эффективности применения ценовой дискриминации, т.е. фирма упускает возможность увеличения дохода путем установления оптимального отношения цен. Также по значению параметра d можно сравнивать эффективность использования ценовой дискриминации различными фирмами.

Вместе с тем уместен вопрос о критериальных границах значений параметра d , при которых ценовая дискриминация может считаться эффективной или неэффективной. Однозначного ответа на него нет. Авторы полагают, что установить критериальные границы можно будет на основе сбора статистической информации о наблюдаемых параметрах d различных фирм, относящихся к одной отрасли экономики.

Заключение

Исходя из общей тенденции развития мировой экономики, авторы полагают, что дискриминационное ценообразование станет преобладающим практически во всех отраслях экономики, вытесняя прочие методы установления цены. Фирмам будет недостаточно просто использовать ценовую дискриминацию. Большее значение приобретет вопрос о степени эффективности ее применения. Фирмы, наиболее адекватно (разносторонне) оценивающие дискриминацию, получают конкурентное преимущество. Поэтому предлагаемый к использованию новый качественный показатель «идеальности ценовой дискриминации» ни в коем случае не должен исключать, а наоборот, должен дополнять уже существующие количественные показатели.

Литература

1. Гребенников, П.И. Макроэкономика в 2 т. Том 1: учебник и практикум для вузов / П.И. Гребенников, Л.С. Тарасевич, А.И. Леусский. 11-е изд., перераб. и доп. М: Издательство Юрайт, 2021. 300 с.
2. Леонов М.В. Количественные показатели ценовой дискриминации на рынке банковских вкладов // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2015. № 1 (29). С. 151–159.
3. Пигу А.С. Экономическая теория благосостояния. М.: Прогресс, 1985. Т. 1. Гл. XVI, XVII.
4. Теория отраслевых рынков: учебное пособие / коллектив авторов; под ред. И.А. Стрелец, М.И. Столбова. М.: КноРус, 2017. 192 с.