

Mai 1999, "Äripäev"

## Monopoli hinnakujundusest "Eesti Telefoni" näitel

AS Eesti Telefoni hinnakujundus näitab monopoolse ettevõtte võimalusi võtta turult maksimum. Kõik müügiühid, kellel on konkurentidest eristuv toode ja vabadus kehtestada "oma" hind, saavad rakendada käibe (ja kasumi) maksimeerimise põhimõtteid.

Hinnapoliitika võtmeküsimuseks on nõudluse hinnaelastsus. Hinnaelastsus on suhteline näitaja, mis peegeldab tarbija reaktsiooni hinnamuutustele (täpsemalt võib selle kohta lugeda suvalisest mikroökonomika õpikust). Niisiis, kui nõudlus on hinnaelastne (selle koefitsient on suurem kui üks), põhjustab hinna alandamine ühtlasi käibe tõusu; mitteelastse nõudluse korral seevastu hinna alandamine vähendab müügikäivet.

Vaatleme mikroökonomika seoseid Eesti Telefoni hinnakujunduse näitel, käsitledes eraldi kõne alustamise tasu ja minutimaksu.

### Kõne alustamise tasu

Kõne alustamise (kui teenuse) hinnaelastsus on madal. Kellel ikka helistada vaja, ei jäta seda tegemata, ehk teisisõnu: kõne alustamistasu hinna tõstmine nullist 48 sendini kõnede arvu oluliselt ei vähenda. Antud asjaolu on õieti arvestanud ka AS Eesti Telefon. Kehtestades uue tasu, korjatakse turult seni "maas vedelenud" lisakasum. Seega, kui teilgi on toode või teenus, mille hinna suhtes tarbijad on - või on sunnitud olema - suhteliselt ükskõiksed, kasseerige neilt halastamatult maksimaalne hind! Igasugused hinnaalandused ainult vähendavad tulu.

### Minutimaks

Minutimaks, erinevalt kõne alustamise tasust, on elastse nõudluse näide. Mida odavam on kõneminut, seda kauem räägitakse. Elastse nõudlusega hüvise hinna alandamine suurendab automaatselt ka käivet. Kui nõudlust kirjeldab langev astmefunktsioon (mis on kõige elulähedasem) kehtib reegel: mida odavam hind, seda suurem käibe. Kui modelleerida nõudlust ja kulufunktsiooni, saab välja rehkendada ka optimaalse, perioodi kasumit maksimeeriva hinna.

Minutihinna alandamine on tarbija jaoks positiivne sõnum, ökonomikat mittetundvate klientide poolt tajutav isegi ettevõtte "vastutulelikkusena" - tootja vaates on tegemist aga kasumit maksimeeriva hinnapoliitilise otsusega. Minutimaksu alandamist veelgi madalamale tasemele piirab turu maht: mingist tasemest allapoole ei jätku enam rääkijaid. Siit ka hinnapoliitiline soovitus ettevõtjatele: elastse nõudlusega tooteid tuleb müüa odavalt; hinna alandamist "liiga" madalale piiravad nõudluse maht ja muutuvkulud.

Armin Laidre  
ärijuhtimise kutsemagister