

**ВЛИЯНИЕ СТРУКТУРЫ РЫНКА НА МЕХАНИЗМ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ
ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ БЕЛАРУСИ****А.М. Бондарева, В.А. Поддубная, В.В. Данилова**Гомельский государственный технический университет им.П.О.Сухого,
ambon_am@mail.ru, Valeri-2573@yandex.ru, Viktoriadanilova94@mail.ru

Важным инструментом обеспечения устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь является ценовая политика, задачи которой – расширение рыночных механизмов ценообразования, сужение сферы прямого государственного ценового регулирования, создание условий для свободной добросовестной конкуренции производителей на национальном рынке. В настоящее время отпускные цены предприятий формируются в соответствии с действующими в Беларуси нормативными документами с учетом конъюнктуры рынка на основе плановой себестоимости, всех видов установленных налогов и неналоговых платежей, прибыли.

Такое ценообразование можно охарактеризовать как переходное от затратного к рыночному. Его нельзя считать ни рыночным, потому что оно предполагает корректировку себестоимости, ни затратным, поскольку оно ориентировано на конъюнктуру рынка, но, в то же время, не учитывает структуру этого рынка.

Наибольший интерес с точки зрения ценообразования представляет такая структура рынка, как олигополия. Олигополисты обладают значительным контролем над рыночными ценами, но каждый должен принимать во внимание возможную реакцию своих соперников на его решения в области цен, объемов производства и расходов на рекламу. Некоторые товарные рынки Республики Беларусь имеют такую структуру, что подтверждает проведенное исследование.

Анализ структуры рынка фанеры, как части рынка деревообработки, показал следующее. Производство фанеры является одним из наиболее эффективных и рациональных направлений по переработке древесины во всем мире. Клееную фанеру в Беларуси производят шесть предприятий. Наиболее крупными производителями фанеры являются ЗАО «Пинскдрев», ОАО «Мостовдрев» и ОАО «ФанДОК». На долю этих трех предприятий приходится более 70% отраслевого предложения фанеры. Показатель концентрации в отрасли достаточно высок, что существенно затрудняет вход новых предприятий на рынок и снижает конкуренцию между действующими. Более 70% производимой в Беларуси фанеры клееной экспортируется.

Высокая рентабельность производства фанеры клееной, как в Республике Беларусь, так и за ее пределами, потенциально способствует притоку на рынок новых конкурентов. Наблюдаемый рост импорта данного продукта обусловлен отсутствием в Республике Беларусь производств, которые смогли бы обеспечить потребности внутреннего рынка в высококачественной продукции требующегося ассортимента в необходимых объемах. В то же время, фанерное производство характеризуется высокой капиталоемкостью, что является препятствием для входа новых предприятий на рынок.

Невысокий уровень конкуренции в отрасли обусловлен не только большой концентрацией производства, но и рядом технологических особенностей производства, таких как сезонность заготовки сырья, зависимость качества от характеристик сырья, высокие требования к качеству продукции.

Сильное влияние на конкуренцию и эффективность функционирования предприятий оказывает государственное регулирование способов торговли. С одной стороны, это позволяет поддерживать национальных производителей, с другой – лишает предприятия возможности контролировать цены, участвовать в ценовой конкуренции.

Цена на плитные материалы зависит от качества, размеров плиты, сортности, обработки поверхности, условий поставки и др. Наблюдаемый во всем мире рост цен на энергоносители и древесину вызывает рост цен и на продукцию и белорусских предприятий.

Таблица – Признаки рынка фанеры клееной в Республике Беларусь

Параметры структуры рынка	Параметры структуры олигополистического рынка	Параметры структуры рынка фанеры Беларуси
Численность продавцов и их дифференциация по объему продаж	Несколько производителей на рынке, объем продаж каждого достаточно велик по отношению к размеру рынка	Рынок фанеры представлен шестью отечественными производителями. По расчетам авторов рынок между ними поделен следующим образом: ОАО "ФынДОК" – около 18%, ЧПУП "ТФСК" – около 15%, ОАО "Речицадрев" – около 4%, ЗАО "Пинскдрев" – около 26%, на ОАО "Борисодрев" и ОАО "Мостодрев" приходится около 20%; около 17% рынка приходится на долю импортеров.
Степень замещения продукта	Различная (стандартизированный (однородный) и дифференцированный продукты)	Белорусские производители предлагают на рынок стандартизированную продукцию.
Доступность рыночной информации	Может быть как полной, так и ограниченной	Ограниченная
Условия входа в отрасль и выхода из неё	Возможно наличие технологических и экономических барьеров входа/выхода	Фанерное производство характеризуется высокой капиталоемкостью, трудоёмкостью, рядом технологических особенностей производства, таких как сезонность заготовки сырья, зависимость качества от характеристик сырья, высокие требования к качеству продукции и др.
Степень рыночной власти	Значительная	Значительная. На долю трёх крупных производителей фанеры приходится более 70% предложения.
Характер взаимодействия продавцов	Наличие стратегического поведения	Наблюдается некое стратегическое взаимодействие между предприятиями при принятии решений в области цен, объемов производства и расходов на рекламу.
Эффективность распределения ресурсов	Потери эффективности из-за неполной загрузки производственных мощностей	По данным национального статистического комитета Республик Беларусь в 2012 году производственные мощности предприятий по выпуску фанеры по Брестской области использовались на 86,6%; по Минской – на 84,2%; по Гомельской – на 62,4%.
Тип конкуренции	Несовершенная, ценовая и неценовая за объём продаж.	Спрос на фанеру является эластичным по цене, однако в связи с тем, что ценообразование на предприятиях концерна "Беллесбумпром" осуществляется строго в соответствии с действующими в Беларуси нормативными документами, ценовая конкуренция между производителями за объём продаж находится на низком уровне.

Источник: [5]

Таким образом, проведенный анализ показал, что рынок фанеры Беларуси отвечает большинству признаков, характерных для олигополии. Между тем, имеет место низкая степень организованности конкурентных отношений предприятий на исследуемом рынке, прежде всего, по причине продолжительного функционирования в условиях фактического отсутствия конкурентного противодействия. Это указывает на необходимость разработки эффективного механизма формирования и изменения цен при участии всех производителей и при регулирующей роли государства с целью принятия оптимальных ценовых решений, максимизирующих совокупный эффект от таких действий для каждого участника рыночных отношений.

Список использованных источников:

1. Об утверждении основных направлений социально–экономического развития Республики Беларусь на 2006–2015 годы: постановление Совета Министров Республики Беларусь, 4 ноября 2006 г., № 1475 // Национальный реестр правовых актов республики Беларусь. – 2006. – № 186. – 5/24172.
2. Инструкция о порядке формирования и применения цен и тарифов : постановление Министерства экономики Респ. Беларусь, 10 сент. 2008г., № 183 // Нац. Реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2008. – № 9. – 8/19435.
3. О ценообразовании : Закон Респ. Беларусь от 10 мая 1999 г. № 255–3 // НЭГ. – 1999. – № 21. – С. 21–30.
4. Карпенко, Е.М. Применение рыночных моделей ценообразования в практике белорусских предприятий / Е.М. Карпенко, И.В. Ивановская // Потребительская кооперация. – 2009. – № 2 (25). – С. 35–39.
5. Статистический ежегодник Республики Беларусь 2009: стат. сборник / Национальный статистический комитет Респ. Беларусь; редкол.: В.И. Зиновский [и др.]. – Минск, 2009. – 609 с.