

УДК 338.5

Е. М. Карпенко, канд. экон. наук, доцент (Гомельский технический университет)

### ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ СТРУКТУРЫ РЫНКА НА МЕХАНИЗМ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ БЕЛАРУСИ

В статье проведен анализ структуры рынка фанеры Республики Беларусь и ее влияние на ценовое поведение предприятий-производителей. Установлено, что рынок фанеры Беларуси отвечает большинству признаков, характерных для олигополии, что подтверждается следующими данными: ограниченная количеством производителей, доля каждого в общем объеме предложения достаточно высока; все производители имеют собственную торговую марку, которая обеспечивает узнаваемость их продукции; наличие экономических, технологических барьеров входа на рынок и выхода; высокие показатели концентрации производства в отрасли, наличие стратегического взаимодействия между производителями и др. Между тем имеет место низкая степень организованности конкурентных отношений предприятий на исследуемом рынке, что подчеркивает необходимость разработки эффективного механизма формирования и изменения цен при участии всех производителей при регулирующей роли государства с целью принятия оптимальных ценовых решений, максимизирующих совокупный эффект от таких действий для каждого участника рыночных отношений.

In article the analysis of structure of the market of plywood of Belarus and its influence on price behaviour of the enterprises-manufacturers is carried out. It is established that the market of plywood of Belarus answers the majority of signs, characteristic for oligopoly that proves to be true the following data: limited to quantity of manufacturers, the share of each offer in total amount is high enough; all manufacturers have own trade mark which provides recognition of their production; presence of economic, technological barriers of an input on the market and an exit; high indicators of concentration of manufacture in branches, presence of strategic interaction between manufacturers, etc. Meanwhile, low degree of organization of competitive relations of the enterprises in the investigated market that underlines necessity of working out of the effective mechanism of formation and change of the prices with the assistance of all manufacturers at a regulating role of the state for the purpose of acceptance of the optimum price decisions maximizing an aggregate effect from such actions for each participant of market relations takes place.

**Введение.** 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 [1]. 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 [2], [3].

Такое ценообразование можно охарактеризовать как переходное от затратного к рыночному. Его нельзя считать ни рыночным, потому что оно предполагает корректировку себестоимости, ни затратным, так как он ориентирован на конъюнктуру рынка, но в то же время не учитывает структуру этого рынка [2], [4].

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 [5]. Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что такую структуру имеют некоторые товарные рынки Республики Беларусь.

**Анализ структуры рынка фанеры.** Производство фанеры является одним из наиболее эффективных и рациональных направлений по переработке древесины во всем мире. Динамика объемов производства фанеры в Беларуси в 2000–2007 гг. представлена на рис. 1.

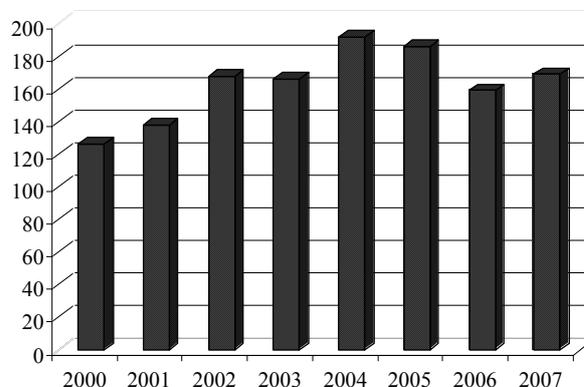


Рис. 1. Динамика производства фанеры в Республике Беларусь

*Примечание.* Данные Национального статистического комитета Республики Беларусь [6], [7], [8].

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 (табл. 1).

Таблица 1

**Расчет индекса Херфиндала – Хиршмана для рынка фанеры Республики Беларусь за 2007 г.**

Предприятие	Объем производства, тыс. куб. м	В % к общему объему производства	ИНН
Мостовдрев	37,7	22,3	2287
Пинскдрев	60,6	35,8	
Речицадрев	6,6	3,9	
Борисовдрев	17,4	10,3	
ГФСК	21,5	12,7	
ФанДОК	25,3	15,0	
<i>Итого</i>	169,1	100,0	-

*Примечание.* Расчеты авторов на основе данных Национального статистического комитета Республики Беларусь [8], [9].

Доля каждого предприятия в общем объеме производства фанеры в 2007 г. представлена на рис. 2.

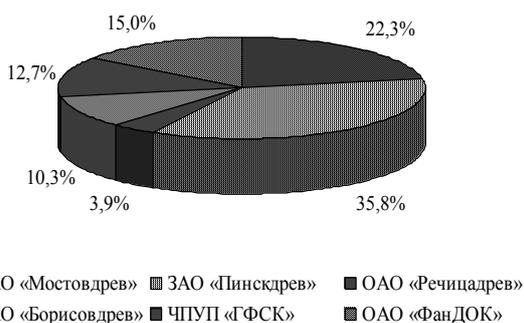


Рис. 2. Структура производства клееной фанеры в 2007 г.

Более 70% производимой в Беларуси фанеры клееной экспортируется (рис. 3). Причиной роста импорта является отсутствие в настоящее время в Республике Беларусь производств, которые смогли бы обеспечить потребности внутреннего рынка в высококачественной продукции требующегося ассортимента в необходимых объемах. Кроме того, фанерное производство является высокорентабельным как в Республике Беларусь (табл. 2) [12], так и за ее

пределами, что также способствует притоку на рынок новых конкурентов.

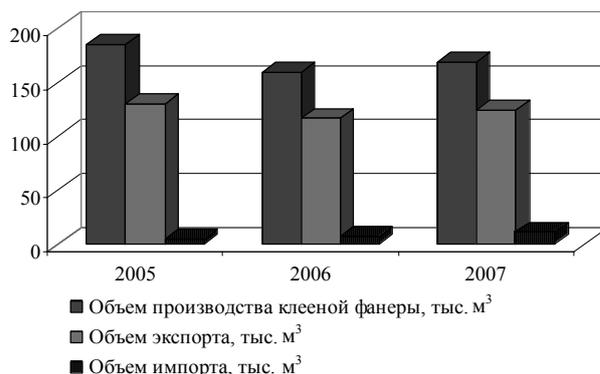


Рис. 3. Динамика объемов производства, экспорта и импорта фанеры за 2005–2007 гг.

*Примечание.* Разработка авторов на основе данных Национального статистического комитета и Государственного таможенного комитета Республики Беларусь [10], [11].

Таблица 2

**Данные о рентабельности производства фанеры предприятиями концерна «Беллесбумпром» в 2007 г.**

Предприятие	Товарная продукция, млн. руб.	Рентабельность производства, %
Мостовдрев	28 355	13,3
Пинскдрев	36 077	11,6
Речицадрев	5 115	-8,6
Борисовдрев	13 319	14,2
ГФСК	17 051	7,3
ФанДОК	16 590	-6,6

В то же время фанерное производство характеризуется высокой капиталоемкостью, что существенно затрудняет вход новых предприятий на рынок. Невысокий уровень конкуренции в отрасли обусловлен также рядом технологических особенностей производства, таких как сезонность заготовки сырья, зависимость качества от характеристик сырья, высокие требования к качеству продукции.

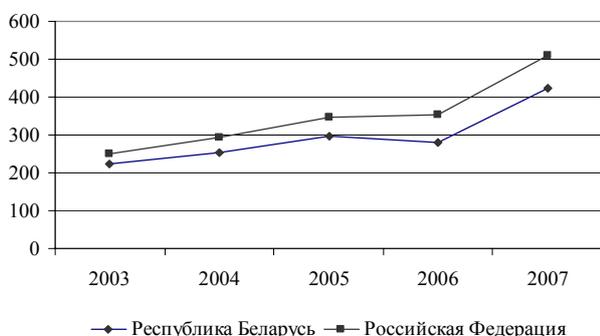
Сильное влияние на конкуренцию и эффективность функционирования предприятий оказывает государственное регулирование способов торговли. С одной стороны, это позволяет поддерживать национальных производителей, с другой – лишает предприятия возможности контролировать цены, участвовать в ценовой конкуренции.

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 белорусских предприятий (рис. 4).

В табл. 3 представлены основные признаки рынка фанеры Беларуси.

Признаки рынка фанеры Республики 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 «ФанДОК» – около 18%, ЧПУП «ГФСК» – около 15%, ОАО «Речицадрев» – около 4%, ЗАО «Пинскдрев» около 26%, на ОАО «Борисовдрев» и ОАО «Мостовдрев» приходится около 20%; около 17% рынка приходится на долю импортеров
Степень замещения продукта	Различная (стандартизированный (однородный) и дифференцированный продукты)	Белорусские производители предлагают на рынке стандартизированную продукцию
Доступность рыночной информации	Может быть как полной, так и ограниченной	Ограниченная
Условия входа в отрасль и выхода из нее	Возможно наличие технологических и экономических барьеров входа (выхода)	Фанерное производство характеризуется высокой капиталоемкостью, трудоемкостью, 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 трех крупных производителей фанеры приходится более 70% предложения
Характер взаимодействия продавцов	Наличие стратегического поведения	Наблюдается некоторое 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 Республики Беларусь, в 2007 г. производственные мощности предприятий по выпуску фанеры по Брестской области использовались на 86,6%; Минской – на 84,2%, Гомельской – на 62,4% [6, 8].
Тип конкуренции	Несовершенная, ценовая и неценовая за объем 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 фанеры за объем продаж находится на низком уровне

Рис. 4. Динамика средних экспортных цен за 1 м<sup>3</sup>, дол.

*Примечание.* Разработка авторов на основе данных Министерства статистики и анализа Республики Беларусь и Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации [6], [13], [14].

**Заключение.** 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 подчеркивает необходимость разработки эффективного механизма формирования и изменения цен при участии всех производителей и регулирующей роли государства с целью принятия оптимальных ценовых решений, максимизирующих совокупный эффект от таких действий для каждого участника рыночных отношений.

### Литература

1. Об утверждении основных направлений социально-экономического развития Республики Беларусь на 2006–2015 годы: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 4 ноября 2006 г., № 1475 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2006. – № 186. – 5/24172.

2. Инструкция о порядке формирования и применения цен и тарифов: постановление М-ва экономики Респ. Беларусь, 10 сент. 2008 г., № 183 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2008. – № 9. – 8/19435.

3. О ценообразовании: Закон Респ. Беларусь от 10 мая 1999 г. № 255-3 // Нац. экон. газ. – 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. Макконнелл, К. Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика / К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю; пер. с англ.; под ред. С. В. Черпакова. – Киев: Хагар-Демос, 1993. – 785 с.

6. Статистический ежегодник Республики Беларусь: стат. сб. / Нац. стат. комитет Респ. Беларусь; редкол.: В. И. Зиновский [и др.]. – Минск, 2009. – 609 с.

7. Промышленность Республики Беларусь: стат. сб. / М-во статистики и анализа Респ. Беларусь. – Минск, 2009. – 280 с.

8. Регионы Республики Беларусь: стат. сб. / Нац. стат. комитет Респ. Беларусь; редкол.: В. И. Зиновский [и др.]. – Минск, 2009. – 817 с.

9. Статистический ежегодник Гомельской области: стат. сб. / Нац. стат. комитет Респ. Беларусь, Главное стат. управление Гомельской обл.; редкол.: В. М. Буйневич [и др.]. – Гомель, 2009. – 422 с.

10. Таможенная статистика внешней торговли Республики Беларусь, январь – декабрь 2007. Бюллетень / Гос. таможенный комитет Респ. Беларусь; рук. гр.: Л. С. Досов. – Минск: РУП «Белтаможсервис», 2007. – 224 с.

11. Внешняя торговля Республики Беларусь: стат. сб. / М-во статистики и анализа Респ. Беларусь; под ред. В. Г. Михно. – Минск, 2009. – 382 с.

12. Шишло, С. В. Оценка деятельности предприятий лесопромышленного комплекса и пути повышения эффективности их функционирования / С. В. Шишло // Труды БГТУ. Сер. VII, Экономика и управление. – 2009. – Вып. XVII. – С. 212–215.

13. Российский статистический ежегодник: стат. сб. / Федеральная служба гос. статистики; редкол.: В. Л. Соколин [и др.]. – М., 2008. – 847 с.

14. Цены в Беларуси: стат. сб. / М-во статистики и анализа Респ. Беларусь; редкол.: В. Г. Михно [и др.]. – Минск, 2006. – 273 с.

*Поступила 19.07.2010*