

УДК 338.5
НЕКОТОРЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ГИБКОСТИ ЦЕНОВОЙ
ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЙ ДЕРЕВООБРАБОТКИ

И.В.ИВАНОВСКАЯ, Е.М.КАРПЕНКО
Учреждение образования
«ГОМЕЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ им. П.О. Сухого»
Гомель, Беларусь

Решения, принимаемые руководством предприятия в области ценообразования, относятся к наиболее сложным и ответственным, имеют долговременные последствия, многие из которых сложно предвидеть и, соответственно, оперативно предотвратить нежелательные тенденции после их проявления. В этой связи, объективно возрастает значимость таких исследований, результатами которых выступают не только выводы относительно положительных и отрицательных сторон затратных и рыночных методов ценообразования, но и определенные новые предложения по дальнейшему их совершенствованию.

В зависимости от того, на что в большей степени ориентируется производитель при формировании цены, выделяют рыночные и затратные методы ценообразования. Затратные методы являются простыми, надежными, справедливыми по отношению и к производителям, и к потребителям. Однако они не заинтересовывают производителя в снижении затрат. При использовании рыночных методов ценообразования производственные затраты рассматриваются предприятием лишь как ограничительный фактор, ниже которого реализация данного товара экономически невыгодна.

Ориентируясь только на затраты, или только на факторы, определяющие спрос и предложение, невозможно разработать объективный механизм ценообразования. Цена во многом зависит от типа рынка, на котором работает предприятие. Наиболее распространенными типами рыночных структур являются совершенная конкуренция, монополия, монополистическая конкуренция и олигополия. В условиях свободной конкуренции многочисленные участники рынка не в состоянии оказать решающее воздействие на процесс ценообразования. Особенности ценообразования на монополизированном рынке вытекают из возможностей монополии, во-первых, определять не только объем выпуска, но и цену товара и, во-вторых, ориентировать хозяйственную деятельность не только на максимизацию прибыли, но и на достижение других целей. В условиях олигополии специфическим фактором ценообразования является многовариантный стратегический план реакции производителя на ожидаемые действия немногочисленных конкурентов. Механизм ценообразования в условиях монополистической конкуренции содержит элементы, присущие как рынку совершенной конкуренции, так и монополизированному рынку. Равновесная цена на про-

дукцию монополистического конкурента содержит «плату за разнообразие».

Многие ученые в области структуры отраслевых рынков считают, что на сегодняшний день самой распространенной моделью рынка является олигополия. Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что такую структуру имеет и внутренний рынок фанеры. Отпускные цены на фанеру формируются исходя из закона Республики Беларусь «О ценообразовании», постановления Совета Министров Республики Беларусь от 10 февраля 1999 г. №209 «О некоторых мерах по усилению контроля за соблюдением дисциплины цен» и «Инструкции о порядке формирования и применения цен и тарифов», утверждённого постановлением Министерства экономики Республики Беларусь от 10 сентября 2008 г. №183 с учетом конъюнктуры рынка на основе плановой себестоимости, всех видов установленных налогов и неналоговых платежей в соответствии с налоговым и бюджетным законодательством, прибыли. На основе всех вышеперечисленных данных рассчитывается предварительная отпускная цена. Далее происходит ее сопоставление со среднерыночной. Если имеет место совпадение, происходит утверждение фактической отпускной цены предприятия. В случае если предварительная цена выше рыночной, предприятие снижает норму прибыли в цене, а если дальнейшее снижение является нецелесообразным, корректирует себестоимость. Если предварительная цена ниже рыночной, предприятие, в первую очередь, пересматривает себестоимость, а затем корректирует норму прибыли. Сформированные в установленном порядке отпускные цены на новую продукцию утверждаются руководителем предприятия и предоставляются на регистрацию в концерн «Беллесбумпром».

Данный механизм ценообразования можно охарактеризовать как переходный от затратного к рыночному. Его нельзя считать рыночным, потому что он предполагает корректировку себестоимости таким образом, чтобы: с одной стороны, оптимизировать сумму налоговых платежей, с другой, выполнить плановые задания по уровню рентабельности. Его нельзя отнести к затратному, поскольку он в какой-то мере ориентирован на среднерыночные цены. Однако этого недостаточно, поскольку в условиях сильной конкуренции реакция фирмы на изменение цен конкурентов должна быть оперативной. Для этих целей у фирмы должна быть заранее подготовлена программа, способствующая принятию контрстратегии по отношению к ценовой ситуации, созданной конкурентом. В такой ситуации наибольшие перспективы открываются для предприятий, работающих в условиях олигополии, когда все участники рынка относительно равны и могут влиять друг на друга и вынуждены считаться с таким влиянием.

Поскольку исследуемый рынок фанеры имеет олигопольную структуру, представляется возможным и целесообразным в существующий механизм ценообразования внести корректировку: определять среднюю рыночную цену посредством моделей олигопольного ценообразования.