



С.В. КАЛЕДИН

**Основы
ценообразования
на мировом
рынке**

Учебное пособие

Сергей Каледин

Основы ценообразования

на мировом рынке

<https://litres.ru/74350747>

SelfPub; 2026

Аннотация

Вниманию читателя представлен методический материал (лекция) для специальности «Экономика и финансы» дисциплины «Ценообразование». Предложенная информация, несомненно, поможет преподавателю качественно изложить заявленную тему, а на семинарских занятиях и контрольных мероприятиях проверять и оценивать остаточные знания у аудитории по изученному предмету, проводить аттестацию. Для слушателей и студентов – закрепить освоенный материал, подготовиться к тестовым испытаниям, промежуточным и итоговым мероприятиям. Работа будет интересна профессорско-преподавательскому составу высших учебных заведений, студентам, специалистам, широкому кругу читателей.

Содержание

1. Основные виды рынков	5
2. Основные ценообразующие факторы на мировом рынке	9
3. Виды и разновидности цен международной торговли	13
Конец ознакомительного фрагмента.	17

Сергей Каледин

Основы ценообразования

на мировом рынке

План

1. Основные виды рынков
2. Основные ценообразующие факторы на мировом рынке
3. Виды и разновидности цен международной торговли.
4. Взаимообусловленность внутренних и внешнеторговых цен
5. Особенности формирования цен мирового рынка
6. Регулирование цен в зарубежных странах

1. Основные виды рынков

В экономической литературе рынок обычно определяется как сфера потенциальных обменов, совершаемых в соответствии с объективно обусловленными законами развития общества. Становление и развитие рынка обусловлено общественным разделением труда и предоставлением свободы действий производителям и потребителям (покупателям) в процессе осуществляемых ими обменов.

Такое абстрактное определение рынка в теории маркетинга практически не применяется. Рынок должен быть конкретен и иметь вполне определенные параметры, такие, например, как месторасположение, размер, емкость. В свете сказанного рынок наиболее часто определяется как совокупность существующих или потенциальных покупателей, объединенных либо географическим положением, либо потребностями, породившими соответствующий спрос.

Например, говоря о конкретном рынке страны, следует иметь в виду всех потребителей республики независимо от того, какие товары они приобретают и как их используют. Если же рассматривать совокупность существующих и потенциальных покупателей соответствующего товара, то следует иметь в виду рынок определенного товара, например, рынок ценных бумаг, рынок автомобилей, рынок обуви и т. д.

В зависимости от того какие потребности определили

спрос на соответствующий товар, могут быть выделены пять основных видов рынка: потребительский рынок; рынок производителей; посреднический рынок; рынок государственных учреждений; международный рынок.

Потребительский рынок (или рынок товаров народного потребления) определяют отдельные лица, которые приобретают товары и услуги для личного потребления.

Рынок производителей (рынок товаров производственного назначения) составляют организации и предприятия, приобретающие товары и услуги для дальнейшего их использования в процессе производства.

Посреднический рынок — это предприятия, организации и физические лица, приобретающие товары и услуги для дальнейшей перепродажи их с целью получения определенной прибыли.

Рынок государственных учреждений составляют государственные организации, которые приобретают товары и услуги для осуществления своих функций.

Международный рынок состоит из всех покупателей товаров и услуг, находящихся за пределами данного государства, включая отдельных физических лиц, производителей, промежуточных продавцов и государственные учреждения.

Если рассматривать рынок как совокупность покупателей, объединенных географическим положением, то можно выделить: мировой рынок - рынок, включающий страны всего мира; региональный рынок - рынок, охватывающий всю

территорию данного государства; местный рынок - рынок, включающий один или несколько районов страны.

Одной из основных задач исследования выбранного рынка является определение его емкости. Емкость рынка определяется как объем товара (в стоимостном выражении или в физических единицах), который может быть реализован на данном рынке обычно за год. При определении емкости рынка товаров народного потребления анализируются уровень текущих доходов населения, наличие сбережений, уровень текущих цен и другие факторы, определяющие покупательский спрос населения. Устанавливая емкость рынка товаров промышленного назначения, учитывают основные тенденции развития отраслей народного хозяйства и возможности реализации в них соответствующих инвестиционных проектов. Емкость рынка и тенденции ее изменения являются важными факторами, которые должны учитывать производители при выходе на соответствующий рынок. Нет смысла выходить на исследуемый рынок, если емкость его невелика или станет таковой в ближайшем будущем.

Наряду с емкостью рынка часто рассматривают так называемый рыночный потенциал, а также позиции отдельных фирм на рынке.

Важной характеристикой рынка является соотношение предложения и спроса на данный товар. С учетом последнего фактора говорят о «рынке продавца» и «рынке покупателя».

На рынке продавца свои условия диктует продавец. Это

возможно тогда, когда существующий спрос превышает имеющееся предложение. При таких условиях продавцу нет смысла тратить средства на реализацию маркетинга. Его продукцию все равно купят, а проводя исследования, он понесет дополнительные затраты.

На рынке покупателя свои условия диктует покупатель. Такое положение заставляет продавца прилагать дополнительные усилия для реализации своего товара, что является одним из стимулирующих факторов использования маркетинга. Более того, только в таких условиях и имеет смысл говорить о реализации концепции маркетинга.

2. Основные ценообразующие факторы на мировом рынке

В последние годы мировые цены постоянно находятся в центре внимания не только экономистов-международников, но и ученых, практических работников. Интерес к мировым ценам, с одной стороны, связан с ростом значения внешне-экономических связей в экономике стран-участниц международного разделения труда, а с другой стороны, с динамизмом цен мирового рынка, особенно на сырьевые товары, обслуживающих такие связи. Эти обстоятельства обусловили высокую степень зависимости экономики всех стран от изменения цен на мировом рынке.

Формирование уровня мировых цен, анализ, а также прогнозирование динамики этих цен невозможно без учета влияния основных ценообразующих факторов. Определяющее влияние на уровень и динамику цен на мировых товарных рынках с различной силой оказывают экономические, технические, социальные, политические и даже военные факторы.

К числу основных ценообразующих факторов на мировом рынке можно отнести: природно-географические условия производства, которые оказывают определяющее влияние на цены, в первую очередь, сырьевых товаров (энергоносители, металлы, сельскохозяйственная продукция); на-

учно-технический прогресс, оказывающий влияние, как на предложение, так и на спрос на мировом рынке. Повышение роли научно-технического прогресса в современных условиях привело к тому, что конкурентная борьба на мировых рынках все более перемещается в область новизны и совершенства выпускаемой продукции и технологии ее производства. Совершенствование технологий приводит к росту объемов производства, снижению производственных издержек, а, следовательно, к росту продаж. Воздействие на спрос проявляется через улучшение потребительских свойств экспортируемых товаров, появлению новых товаров-субститутов, товаров дополнений; фаза экономического цикла, в которой находится мировая экономика (или регион). Изменения цен в зависимости от фазы экономического цикла в общем виде характеризуются следующими тенденциями. В пиковой фазе, когда производство работает на полную мощность, наблюдается практически полная занятость, цены имеют тенденцию к повышению. При спаде — производство и занятость сокращаются, цены стабилизируются и не поддаются тенденции к снижению. В фазе депрессии (серьезного и продолжительного спада) цены начинают снижаться, а в фазе оживления, когда производство и занятость растут, цены могут повышаться; инфляционные процессы, происходящие в разных странах, снижение курсов различных валют, финансовые кризисы приводят к постоянной тенденции цен к повышению. Основными причинами инфляции в мировом

хозяйстве выступают рост государственных расходов, ведущий к росту специфического спроса, увеличение налогообложения прибыли. Зарубежные государства часто выступают покупателями многих товаров и услуг, обеспечивая крупным компаниям гарантированный сбыт, что создает предпосылки для роста цен; краткосрочные изменения спроса и предложения. Наряду с циклическими колебаниями цен, вызванными глобальными нарушениями спроса и предложения, возникают и внутрициклические краткосрочные диспропорции спроса и предложения. К числу их основных видов можно отнести сезонные колебания цен, изменения цен при вынужденных продажах и закупках, спекулятивные изменения биржевых котировок, скачки цен, вызванные внезапными форс-мажорными обстоятельствами (война, засуха, наводнение, землетрясение); меры государственного регулирования цен в отдельных странах и группировках стран. Практически во всех странах государственные органы оказывают существенное влияние на внешнеторговую политику, а соответственно и на уровень цен международной торговли. Это влияние может проявляться в направлениях тарифного и нетарифного регулирования (пошлины, квоты, лицензии), субсидирования экспорта, косвенного налогообложения экспортируемых и импортируемых товаров, различного рода льгот и др.; каналы, по которым осуществляется внешняя торговля. Цены на однотипные товары будут различаться в зависимости от используемой формы торговли:

биржевой, аукционной, тендеров, заключения обычных коммерческих сделок, торговли внутри транснациональной корпорации, в группировках стран, по специальным контрактам и др.

3. Виды и разновидности цен международной торговли

Мировой рынок неоднороден. С одной стороны, мировой рынок представляет собой известную совокупность рынков отдельных стран. С другой стороны, это понятие включает отдельные товарные рынки (нефти, угля, руд черных и цветных металлов, машин и оборудования, леса и лесоматериалов, минеральных удобрений, зерна, сахара, кофе, какао, чая и т.д.). Рынки отдельных товаров отличаются как количественной определенностью, реализуемой на них продукции, качественными их характеристиками, так и часто особыми условиями формирования цен. Поэтому отличительной особенностью мирового рынка выступает множественность цен на одинаковую продукцию.

Мировые цены – это усредненные цены, по которым предлагаются к реализации различные товары на международном, внешнем рынке с учетом, прежде всего сбалансированного соотношения спроса и предложения на эти товары.

Если сырьевые товары, в том числе на энергоносители. Цены формируются сравнительно просто (можно относительно легко достичь соглашения на рынке среди экспортеров однородной продукции), то определение внешнеторговых цен на машины и оборудование, запасные части и вспо-

могательные материалы достигается с большим трудом. Сотни и тысячи наименований похожих товаров, различающихся по качеству изготовления, модификации технических параметров, конкурентоспособности, способам доставки к потребителям, вызывают необходимость применения множественности цен.

Эффективность ценовой политики предприятия на внешнем рынке во многом зависит от знания многочисленных разновидностей цен и способности выбора из них ориентира для определения цены конкретного внешнеторгового контракта. Цены международной торговли можно классифицировать по различным признакам. Прежде всего, следует различать публикуемые и расчетные цены. Уже в самом названии отражается содержание названных цен. Так, публикуемые, или объявляемые, цены регулярно появляются в специальных бюллетенях или журналах, где приводятся мировые цены крупнейших поставщиков определенного типа продукции. К публикуемым ценам относятся справочные, или прейскурантные, цены, а также цены предложений крупных акционерных компаний, монополизирующих в определенной мере торговлю определенной продукцией. К справочным ценам относятся цены внутренней оптовой или внешней торговли конкретных товаров, публикуемых в специальных бюллетенях, газетах, журналах, фирменных каталогах и прейскурантах.

Направление товарных потоков лежит в основе деления

их на цены экспортируемых и цены импортируемых товаров. Различия в уровнях этих цен могут достигать весьма существенных значений. Изучение соотношения между ценами экспортируемых и импортируемых товаров по определенной стране или региону позволяет судить о степени эквивалентности обмена, а по конкретным товарам для различных стран — о степени соблюдения принципа наибольшего благоприятствования.

В зависимости от степени свободы с известной долей условности можно выделить два основных типа мировых рынков, на которых используются различные виды цен. Первый тип — это свободные, или открытые рынки, которые характеризуются наибольшей свободой конкуренции. В торговле на этих рынках используются такие цены, как биржевые, аукционные, цены торгов и цены по обычным коммерческим сделкам. Второй тип представляют закрытые рынки, в условиях которых действуют те или иные ограничения в торговле. На закрытых рынках используются трансфертные цены, цены в группировках стран, цены в специальных долгосрочных и краткосрочных соглашениях.

Биржевые котировки широко применяются в ходе биржевой торговли сырьевыми товарами (зерновыми, сахаром, кожсырьем, хлопком, шерстью, каучуком, цветными металлами и др.). Биржевые цены являются основной конъюнктурной информацией для более 70 товаров, на долю которых приходится 15—20 % международной торговли. Ценность

биржевых котировок состоит в том, что они отражают реальное состояние рынка, складываются на основе реального соотношения спроса и предложения товара на бирже по фактически заключенным сделкам. Они могут различаться по уровню в зависимости от условий сделки (на наличный товар или по фьючерсным контрактам, спот, форвард и др.)

Аукционные цены устанавливаются в ходе регулярно проводимых в установленные сроки аукционов по продаже более или менее значительных количеств или партий определенного товара. На аукционах определяются, например, цены международной торговли пушниной (Нью-Йорк, Лондон, Санкт-Петербург), чаем (Индия, Кения), лесоматериалами (Токио), цветами (Голландия), шерстью (Австралия). В отличие от биржевых котировок аукционные цены всегда устанавливаются за наличный товар и публикуются периодически или по мере поступления товара на рынок.

Цены торгов (тендеров) определяются в ходе конкурса при выдаче фирмами одних стран заказов на сооружение объектов производственного или непроизводственного назначения, изготовления машин и оборудования, поставку партий сырья фирмам других стран.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.