

УДК: 339.97

Ценообразование в мировой торговле

Дунаева В. В.

ПГУ – Пензенский государственный университет Россия, Пенза, e-mail: dunaeva99@yandex.ru

В данном исследовании, которое посвящено Ценообразованию в мировой торговле. Установлено, что ценообразование, а именно цена – одно из важнейших условий внешнеторгового контракта. В современный период, в условиях широкого выхода на внешний рынок отечественных фирм, не имеющих достаточного опыта коммерческой работы, рациональное определение цены приобретает особую значимость, что и обуславливает актуальность темы данной работы. В процессе формирования мирового рынка возникают сложные отношения обмена между участниками международной торговли, опосредуемые такой экономической категорией как цена. Цена как стоимостная категория международной торговли интересна, прежде всего, потому, что в продажной цене товара реализуется стоимость, созданная в процессе производства. При этом надо иметь в виду, что как ценообразование, так и динамика цен в международной торговле существенно отличаются по своему характеру от ценообразования и динамики цен внутри отдельных стран. Это обусловлено тем, что на механизм ценообразования и динамику цен в международной торговле влияют факторы, действие которых выходит за рамки одной страны и, следовательно, за границы влияния ее внутренней ценовой политики. В то же время между мировыми и внутренними ценами существует определенная взаимосвязь. В частности, уровень мировых цен оказывает тем большее влияние на величину внутренних цен данного товара, чем меньше препятствий и ограничений имеется на пути международной торговли и платежей за товары. Значение мировых цен, таким образом, модифицируется рядом обстоятельств и носит исторически изменяющийся характер.

Ключевые слова: цена, ценообразование, мировой рынок, международная торговля, товар

Pricing in global trade

Dunaeva V.V.

PSU – Penza State University, Russia, Penza, e-mail: dunaeva99@yandex.ru

In this study, which is devoted to Pricing in world trade. It is established that pricing, namely price – is one of the most important conditions of a foreign trade contract. In the modern period, in the conditions of wide access to the foreign market of domestic firms that do not have sufficient experience of commercial work, rational price determination becomes particularly important, which determines the relevance of the topic of this work. In the process of forming the world market, complex exchange relations between participants in international trade arise, mediated by such an economic category as price. Price as a value category of international trade is interesting, first of all, because the value created in the production process is realized in the selling price of the product. At the same time, it should be borne in mind that both pricing and price dynamics in international trade are significantly different in nature from pricing and price dynamics within individual countries. This is due to the fact that the pricing mechanism and price dynamics in international trade are influenced by factors that go beyond the borders of one country and, consequently, beyond the influence of its domestic price policy. At the same time, there is a certain correlation between world and domestic prices. In particular, the level of world prices has a greater impact on the value of domestic prices of a given product, the fewer obstacles and restrictions there are on the way of international trade and payments for goods. The value of world prices is thus modified by a number of circumstances and is historically variable.

Keywords: price, pricing, world market, international trade, goods

При анализе процессов, связанных с ценообразованием на мировых товарных рынках необходимо внимательное изучение всех факторов, оказывающих влияние на формирование цен, как общего порядка, так и чисто прикладных. От цен зависит, какие издержки производителей будут возмещены после продажи товара, какие нет, каков уровень доходов,

прибыли и куда будут, и будут ли в дальнейшем направлены ресурсы, возникнут ли стимулы для дальнейшего расширения внешнеэкономической деятельности.

Целью данной работы является всестороннее изучение механизмов ценообразования на современном мировом рынке.

Для достижения данной цели были поставлены следующие задачи:

- раскрыть сущность понятия цены и ценообразования
- рассмотреть ценообразующие факторы и особенности ценообразования.

Материалы и методы.

В данном исследовании были использованы учебные пособия, научные статьи экономических журналов, материалы научно-практических конференций, данные сети интернет. Использовались социологические методы сбора и обработки информации, а также статистические методы анализа.

Основная часть.

Мировой рынок характеризуется множественностью цен, что связано с политикой цен компаний, внешнеторговыми операциями государства, торгово-политическими и валютными факторами. На практике множественность цен означает наличие ряда цен на один и тот же товар одинакового качества при прочих равных условиях поставок (таможенные пошлины, транспортные расходы и т.д.).

Выделяют несколько уровней цен фактической реализации товаров:

- 1) цены по обычным коммерческим сделкам;
- 2) цены по бартерным соглашениям;
- 3) цены по программам помощи и т.д.

Не все цены реализации на внешнем рынке выступают в качестве мировых. Чтобы при множественности цен реализации товаров выделить мировую цену, надо, чтобы она удовлетворяла ряду требований. Во-первых, мировой может считаться цена крупных коммерческих и постоянных сделок. Во-вторых, платежи должны осуществляться в свободно конвертируемой валюте, так как расчет в неконвертируемой валюте нередко приводит к завышению цены. В-третьих, мировыми могут быть признаны цены сделок, осуществляемых в важнейших центрах международной торговли, где регулярно производятся крупные экспортные или импортные операции.

По отдельным конкретным товарам наиболее представительными, приближающимися к мировым ценам на сырье, могут быть признаны экспортные цены основных его производителей, а также импортные цены западноевропейских рынков и цены крупнейших бирж. Так, по алюминию это экспортные цены Канады, по каучуку - цены Сингапурской

биржи, по пушнине - цены Нью-Йоркских и Лондонских аукционов, по цветным металлам - биржевые котировки Лондонской биржи металлов. [5, с 122]

При работе с ценами рынка, в том числе внешнеторговыми, следует учитывать различия в них с учетом позиций отдельных сторон и рыночной ситуации. Во-первых, существуют понятия «цены продавца», т. е. предлагаемые продавцом, а значит, относительно более высокие, и «цены покупателя», т. е. принимаемые и уплачиваемые покупателем, а значит, относительно более низкие. Во-вторых, в зависимости от рыночной конъюнктуры, «рынок продавца», на котором из-за преобладания спроса коммерческие показатели и цены диктует продавец и «рынок покупателя», на котором из-за преобладания предложения господствует покупатель и ситуация в части цен противоположная. Но эта рыночная ситуация все время изменяется, что находит отражение в ценах. А это значит, что она должна быть предметом постоянного наблюдения и изучения. В противном случае в определении цен возможны очень серьезные ошибки.

В последние два-три десятилетия важную роль в ценообразовании на товары, в особенности в мировой торговле, занимают сопутствующие услуги, оказываемые производителем и поставщиком какого-либо товара импортеру или конечному потребителю. Речь идет об общепринятых условиях поставки: техническое обслуживание, гарантийный ремонт, другие специфические виды услуг, связанные с продвижением, реализацией и использованием товара. [4, с 156]. Данный аспект особенно важен в современных условиях, в период развития высоких технологий, усложнения машин и оборудования. Известны примеры, когда стоимость услуг при экспорте оборудования и машин составляла 60-процентную долю в цене поставки.

Развитие науки и технологии, оказывая влияние на совершенствование качественных характеристик товара, с другой стороны воздействует на мировые цены. Внедрение новых технологий повышает производительность труда, эффективность производства, снижает затраты труда. В условиях НТР в абсолютном выражении цена растет практически для всех групп товаров. Однако с учетом т. н. полезного эффекта (например, возрастает скорость, надежность и т. д.) относительная стоимость товара, а значит, и его цена для потребителя снижается. [3, с 223]

При анализе цен следует учитывать и движение экономического цикла, что в сфере международных экономических отношений имеет определенную специфику. Так, в стадии депрессии, цены как правило, не повышаются. И наоборот, в стадии подъема в связи с превышением спроса над предложением цены возрастают. (Хотя и то и другое распространяется на международную торговлю замедленно, в зависимости от сферы и глубины этих явлений и тем более на фазе кризиса и подъема). Необходимо отметить, что в

зависимости от вида товаров и товарных групп динамика изменения цен отличается. Так, при изменении конъюнктуры наиболее резко и быстро меняются цены практически на все виды сырья, медленнее реакция производителей и поставщиков полуфабрикатов, еще слабее «реакция цен» на продукцию машиностроительного комплекса.

В формировании цен в международной среде четко выделяются две большие товарные группы с несколькими условными обозначениями: сырьевые товары (*primary commodities*) и готовые изделия (*manufactured goods*). К первой группе относятся энергоносители, минеральное и сельскохозяйственное сырье, а также некоторые виды продовольственных товаров, лесопродукция и сельскохозяйственные удобрения. Во вторую группу входят практически все остальные товары, где преобладают изделия обрабатывающей промышленности, в частности, продукция машиностроения. Несколько особое положение занимает *группа* металлов. Эта продукция сочетает в себе черты как сырьевых товаров, так и промышленной продукции. В международной статистике она учитывается отдельно, но, как правило, рассматривается в качестве сырья для производства товаров более высокой степени обработки. [1, с 7]

Принято считать, что ценообразование - процесс достаточно универсальный, и поэтому вряд ли имеет смысл говорить о его специфике в условиях международного бизнеса. Тем не менее следует отметить ряд черт, принципиально отличающих эту сферу от национальной экономики, что находит свое отражение в характере ценообразования и ценах, формирующихся в этой среде. Эти черты вытекают из специфики мировой экономики и действующего в ней международного бизнеса. Помимо таких общих черт, отличающих международную экономическую среду от национальной, как большее число участвующих во внешнеэкономических операциях партнеров из различных стран; широкое разнообразие и высокая динамичность рыночных структур; различные и нередко меняющиеся торгово-политические режимы отдельных стран и их международных группировок, с позиций ценообразования следовало бы выделить три наиболее важные особенности.

Первая особенность - отсутствие в международной системе системного контроля за ценами и связанного с ним государственного регулирования цен. Формирование цен в рамках национального хозяйства подчинено требованиям процесса общественного воспроизводства данной страны и является результатом не только свободной игры рыночных сил, но испытывает на себе воздействие государственной экономической политики и соответствующих форм и методов государственного регулирования. В противоположность этому ценообразование в мировой торговле и международном бизнесе в целом не несет на себе такой нагрузки, в связи с чем характеризуется определенной фрагментарностью, незавершенностью. Достаточно отметить тот факт, что международные сделки главным образом совершаются на уровне оптового оборота, как правило не затрагивая розничный

оборот. Поэтому цены в этой сфере не выступают как некая система, формирующаяся на основе конечного спроса на товары, обеспечивающие воспроизводственный процесс, а обслуживает фрагменты потребностей внешнеэкономических секторов национальных хозяйств отдельных стран. Поэтому эти цены не являются объектом регулирования с позиций положительной динамики экономического развития и, что еще более важно, с позиций социальной стабильности, которой озабочено всякое ответственное перед своими гражданами государство в лице национального правительства той или иной страны.

Это не означает, что цены в международном бизнесе не регулируются вовсе. Нет, они могут регулироваться, нередко даже в большей степени, чем на внутренних рынках отдельных стран. Но это регулирование носит принципиально иной характер. В международной среде нет специальных органов, отслеживающих темпы инфляции, соответствие цен и доходов населения, динамику денежной эмиссии и другие показатели с целью их контроля, и принятия мер в случае их выхода за рамки каких-либо допустимых пределов, как это имеет место в национальных хозяйствах. Национальная экономика, как правило, функционирует в едином для данной страны правовом поле, в ней действует единая валютная система, и она подчинена общему вектору управления экономическим развитием, определенному национальным правительством. В мировой экономике эти черты, как правило, отсутствуют, и мы можем отметить лишь некоторые тенденции к их формированию под влиянием глобализационных процессов.

Поэтому можно сказать, что в международной среде цены в целом - их уровни, динамика и соотношения - формируются внесистемно и испытывают на себе главным образом фрагментарное влияние со стороны крупных монополистических компаний, в основном транснациональных (ТНК), а также фирм и стран, как правило, объединенных в международные товарные соглашения картельного типа (например, ОПЭК).

Второй важной особенностью международной сферы ценообразования является влияние на цены международного разделения труда в производстве и сбыте того или иного товара. Например, является ли данный продукт результатом специализированного экспортного производства или вывозится на внешний рынок как излишек внутреннего производства над национальными потребностями (как, например, это происходит в отношении ряда продовольственных товаров - пшеницы, мяса и др.) - рыночная стратегия экспортеров в этих случаях будет существенно различной и непременно найдет отражение в ценах, их уровнях, динамике и соотношениях.

Третьей особенностью ценообразования в международном бизнесе является отсутствие валютной монополии и соответственно наличие многовалютной среды, а значит, и более значимая роль валютного фактора при формировании цен, чем это имеет место в рамках

национальных хозяйственных систем, что существенно усложняет работу фирм и предприятий.

При анализе процессов, связанных с ценообразованием на мировых товарных рынках, необходимо изучать все факторы, оказывающие влияние на формирование цен, как общего порядка, так и прикладного. Зависит, какие издержки производителей будут возмещены после продажи товара, каковы уровни прибыли и куда будут, и будут ли в дальнейшем направлены ресурсы, возникнут ли стимулы для расширения внешнеэкономической деятельности (ВЭД). [4, с 45]

В условиях рыночной экономики ценообразование во внешней торговле, так же, как и на внутреннем рынке, осуществляется под воздействием конкретной рыночной ситуации. Цена, в том числе и международной, это денежная сумма, которую намерен получить продавец, предлагая товар или услугу, и которую готов заплатить за данный товар или услугу покупатель. Совпадение указанных двух потребностей зависит от многих факторов, получивших название ценообразующие факторы. По характеру, уровню и сфере действия они разграничены на пять перечисленных ниже групп:

1. Общеэкономические - действующие независимо от вида продукции и конкретных условий ее производства и реализации:

- экономический цикл;
- состояние совокупного спроса и предложения;
- инфляция.

2. Конкретно экономические - определяемые особенностями данной продукции, условиями ее производства и реализации:

- издержки;
- прибыль;
- налоги и сборы;
- предложение и спрос на конкретные товар или услугу с учетом взаимозаменяемости;
- потребительские свойства: качество, надежность, внешний вид, престижность.

3. Специфические - действующие только в отношении некоторых видов товаров и услуг:

- сезонность;
- эксплуатационные расходы;
- комплектность;
- гарантии и условия сервиса.

4. Специальные - связанные с действием особых механизмов и экономических инструментов:

- государственное регулирование;
- валютный курс.

5. Внеэкономические:

- политические;
- военные;
- религиозные;
- этнические и др. [4, с 34]

Современный мировой рынок товаров и услуг характеризуется высокой подвижностью цен. Для современного мирового рынка характерно наличие большого количества различных отраслевых рынков товаров и услуг, множественность цен. На практике цены на конкретную продукцию одного и того же рынка могут существенно различаться. Поэтому при обосновании, определении и согласовании внешнеторговой цены необходимо иметь четкое представление о характере сделки, диктующей особенностью выбора цены. В рамках мирового рынка факторы производства менее мобильны: свобода передвижения товаров, капитала, услуг и рабочей силы значительно ниже, чем в рамках национального государства. Перемещение факторов производства сдерживается государственными границами, отношениями в валютной сфере, что противодействует выравниванию затрат и прибыли. Все это отражается на формировании мировых цен. [2, С. 95]

Результаты.

В данном исследовании дано определение цены и ценообразованию на рынке, приведены факторы, определяющие ценообразование и их особенности. Было выяснено, что ценообразование происходит под воздействием ценообразующих факторов разбитых на пять групп: общеэкономические, конкретно-экономические, специфические, специальные, внешнеэкономические. Определяющий фактор соотношение между спросом и предложением.

Заключение.

В условиях рыночной экономики цена определяется соотношением спроса и предложения. В принципиальном плане процесс ценообразования на внутреннем и внешнем рынках схож, однако деятельность на внешнем рынке осложняется наличием гораздо большего числа продавцов и покупателей, более острой конкуренцией. Процесс ценообразования на международных рынках во многом зависит от типа рынка, в рамках которого действует соответствующий субъект внешней торговли. Также ценообразование различно для рынков различных отраслей мирового хозяйства. Важную роль в ценообразовании на товары в мировой торговле, в последние годы приобретают сопутствующие услуги, внедрение новых технологий.

Список литературы:

1. Гафарова Г.Р. О правовом регулировании ценообразования // Финанс. право. - 2011. - N 6. – 167с.

2. Дунаева Е. Теория цен и глобализация // *Мировая экономика и междунар. отношения.* - 2010. - N 4. - С.93-100.
3. Лузина Т.В., Решетникова С.С. *Ценообразование во внешней торговле. Учебник для вузов.* – М.: Юрайт, 2018. – 278 с.
4. Мантусов В.Б.. *Ценообразование в международной торговле. Учебное пособие.* – М.: Юнити-Дана, 2016. – 80 с.
5. Руднева А.О. *Внешняя торговля. Словарь-справочник.* – М.: Инфра-М, 2014. – 224 с.