

Лекція 1

Теоретичні основи ціноутворення на світовому ринку

Зміст

1. Основні типи структури світового ринку	1
2. Міжнародний поділ праці	4
3. Світова ціна. Фактори, що визначають світову ціну	5

1. Основні типи структури світового ринку

Світовий ринок являє собою систему реалізації, що складається між країнами і підприємствами різних країн на основі їх участі в міжнародному поділі праці.

Світовий ринок, як економічна категорія, тісним чином пов'язаний з такими поняттями, як світова економіка або світове господарство.

Розвиток і становлення світового ринку — складний процес, який включає безліч складових елементів. Основою світового ринку є міжнародна та, обмежене рамками окремих держав, національне виробництво матеріальних благ і послуг, їх розподілення, обмін і споживання.

Зародження світового ринку йде корінням в далеке минуле. Однак своє становлення він отримав тільки на стадії мануфактурного виробництва. У ході тривалого розвитку світовий ринок пройшов ряд етапів, кожен з яких характеризується певним рівнем міжнародного поділу праці та інтернаціоналізацією виробництва.

У ХХ ст. у розвитку світового ринку, як відзначають багато економістів, можна виділити три етапи:

- перший — пов'язаний з кризовими явищами світової економіки 20–30-х років; з міжнародних господарських зв'язків вийшла Росія, а в розвитку економіки провідних країн світу настала велика депресія;
- другий — це кінець 40-х і 80-ті роки; інтенсивний ріст вивезення підприємницького капіталу;
- третій — останнє десятиліття ХХ ст.; формування міжнародних, а в ряді випадків, планетарних продуктивних сил, посилення економічної взаємодії та взаємозалежності різних країн.

До розпаду СРСР радянська економічна наука, характеризуючи міжнародні економічні відносини, виділяла всесвітній, світовий капіталістичний та світової соціалістичний ринок. В даний час більшість економістів називають тільки світовий ринок, всередині якого складаються специфічні відносини між групами країн, окремими країнами, фірмами та підприємствами. На основі цього світовий ринок можна представити як національний, ряду країн, всіх країн, окремих регіонів, по товарах і послугах. У сукупності необхідно розрізняти товарний ринок, ринки капіталів та інвестицій, робочої сили, валюти і цінних паперів.

Аналіз сутності світового ринку можливий за допомогою розкриття змісту всіх факторів, які визначають тип його структури:

- ступінь концентрації пропозиції товарів;
- ступінь концентрації попиту;
- локально-територіальні відмінності;
- диференціація товару;
- конкуренція на ринку;
- функціональна взаємозв'язок між трьома змінними величинами: обсягом виробництва, витратами виробництва і ціною;
- реагування на нововведення;
- вплив держави на різні сторони ринку.

Однак ці фактори відчують на собі вплив цілої групи факторів зовнішньоекономічного характеру:

- конкурентоспроможність компаній-експортерів різних країн;
- зовнішньоторговельна політика окремих держав;
- утворення різних міждержавних угруповань;
- економічні та політичні взаємини між країнами.

На основі аналізу вище викладених факторів економісти відзначають, що до 70-х років минулого сторіччя склалося два типи ринкових структур:

1. структура ринку формувалася в умовах відносно помірній концентрації виробництва і збуту продукції. Ціни, як правило, були вільні, дуже чуйно реагували на зміни кон'юнктури і піддавалися істотним коливанням в часі. Даний тип структури називався ринком вільної конкуренції;

2. структура ринку формувалася в умовах, коли виробництво і збут товарів сконцентрувалися в руках порівняно невеликого числа корпорацій з метою контролю над ринком і цінами. Такий ринок називався монополістичним.

У звичайному сенсі під ринком розуміється певне місце для укладання контрактів на товари у встановлений період часу. Однак він не потребує фізичного місця для укладання контрактів, обмеженому географічно, так як сутність ринку - публічні торги між покупцями і продавцями з метою визначення ціни. Ринки отримують різні назви залежно від того, які функції вони виконують: товарні біржі, центральні, змішані, транзитні, бартерні, продуктові біржі, аукціони, ф'ючерси і т. п.

Приміром, укладання контрактів на сільськогосподарську продукцію здійснюється на землеробському, тваринницькому ринках і товарних біржах.

Світовий ринок можна характеризувати наступними критеріями:

- товарним виробництвом на рівні світової економіки;
- міждержавним рухом товарів і послуг;
- ефективним використанням національних факторів виробництва;
- розвитком економічної інтеграції та кооперації в світовій економіці.

Основа існування світового ринку - міжнародна торгівля, яка характеризується як сфера міжнародних товарно-грошових відносин і складається з двох потоків товарів - експорту та імпорту.

Структура світового ринку визначається наступним:

- розмірами і ступенем концентрації капіталу, контрольованого великими монополістичними об'єднаннями, що виробляють основну масу продукції;
- питомою вагою продукції даної структури, яка реалізується на ринку;
- ступенем спеціалізації;
- рівнем використання досягнень науково-технічного прогресу;
- розвиненістю маркетингових програм;
- структурою витрат виробництва;
- часткою ринку;
- принципом ціноутворення.

На основі цього можна зробити висновок: сучасному етапу розвитку світового ринку характерне посилення монополістичної конкуренції і державного регулювання зовнішньої торгівлі, експорту капіталу, ціноутворення, інвестицій. Державне втручання у світовий ринок використовується з метою підвищення конкурентоспроможності національних фірм, пом'якшення стихії циклічних криз і їх впливу на внутрішньо-економічний розвиток. Характерною особливістю світового ринку є також посилення регулюючої ролі наднаціональних об'єднань та спілок типу Європейський Союз (ЄС), Міжнародний валютний фонд (МВФ), Міжнародний банк реконструкції та розвитку (МБРР), Азіатський банк розвитку (АБР), Міжнародна фінансова корпорація (МФК), Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР), Європейський інвестиційний банк (ЄІБ), Світова організація торгівлі (СОТ) і т. д.

Таким чином, світовий ринок - сфера стійких товарно-грошових відносин між країнами, заснованих на міжнародному поділі праці, яке є економічною причиною або детермінантом об'єднання національних господарств у світове.

2. Міжнародний поділ праці

Міжнародний поділ праці проявляється у спеціалізації окремих країн на виробництві певних товарів і послуг, призначених для обміну між різними країнами. Такий обмін називають міжнародною торгівлею.

Міжнародний поділ праці призвело до появи і розвитку світового господарства і світової торгівлі, а останнє — до утворення світового ринку. Тому світовий ринок є результат світового господарства і світової торгівлі, основою якої виступає міжнародний поділ праці.

Поділ праці може бути всередині підприємства, країни і міждержавне. Всі вони взаємопов'язані, взаємозалежні і взаємозумовлені.

В економічній літературі прийнято виділяти загальне, приватне і одиничний поділ праці, що властиво як внутрішньому, так і світовому ринку. Однак у світовій економіці загальне, приватне і одиничний поділ праці виступають зовсім в інших площинах і рівнях.

Загальний поділ праці виражається в спеціалізації по великих сферах виробництва (промисловість, сільське господарство, будівництво). На основі загального міжнародного поділу праці країни світу діляться на промислово розвинені, сировинні та аграрні. Провідне становище у світовій економіці займають сьомій промислово розвинених країн: США, Японія, Канада, ФРН, Франція, Великобританія та Італія. На їх частку припадає понад 60% всього світового промислового виробництва та виробництва електроенергії, близько 50% експорту товарів і послуг.

Приватне поділ праці складається на основі спеціалізації виробництва певних видів і підвидів продукції (наприклад, літаків, автомобілів, верстатів, зер-

на, м'яса, нафти і т. п.). Здійснюється торгівля конкретними видами продукції і утворюються основні світові товарні ринки: автомобілів, нафти, електропобутової техніки, сільськогосподарської продукції і т. п.

Одиничний поділ праці характеризується спеціалізацією окремих країн на випуску деталей, вузлів, запчастин, ноу-хау, ліцензій і т. п. Базується воно не на предметній (виробництво готових продуктів), а на подетальній (виробництво частин, компонентів продуктів) і технологи-чеській спеціалізаціях (наприклад, здійснення окремих процесів: складання, фарбування, зварювання, виробництво зливків, заготовок і т. п.). У територіальному аспекті така спеціалізація передбачає орієнтацію окремих країн на виробництво певних видів продукції. Утворюється світовий ринок торгівлі запчастинами, деталями, заготовками і т. п. Особливо це характерно для світової торгівлі товарами машино- і авіабудування.

Міжнародний поділ праці відіграє важливу роль у розвитку науково-технічного процесу, у підвищенні ефективності виробництва та економічної інтеграції країн з різним рівнем розвитку продуктивних сил. Воно є свого роду «локомотивом» розвитку науки і техніки, зростання продуктивності праці, концентрації та спеціалізації виробництва. Відмітна особливість міжнародного поділу праці в сучасних умовах — перехід до економії загальних витрат на виробництво продукції в різних країнах, вирішення глобальних економічних та екологічних проблем. Особлива його роль — в економічній інтеграції і кооперації праці у світовій економіці.

3. Світова ціна. Фактори, що визначають світову ціну

З міжнародним поділом пов'язана і світова ціна. В економічній літературі можна зустріти різні трактування категорії «світова ціна»:

- це грошове вираження інтернаціональної ціни виробництва на світовому ринку;
- сума грошей, за яку на світовому ринку продавець хоче продати, а покупець готовий купити товар;
- результат граничної корисності і т. п.

Ціна — досить складна економічна категорія. У ній фокусуються економічні відносини виробництва і реалізації товарів, формування вартості, розподільних відносин, отримання прибутку та здійснення накопичення.

Ціна на внутрішньому ринку і світова ціна далеко не ідентичні поняття, хоча їх основою є витрати виробництва або собівартість.

Світова ціна — це ціна основних країн експортерів товарів і послуг, виражена у вільно-конвертованій валюті, ціна, за якою здійснюється купівля-продаж

в найважливіших міжнародних центрах торгівлі на ринках з вільним режимом. Наприклад, світовими цінами є ціни на машини й устаткування європейських, японських і американських виробників; на вугілля — імпорتنі ціни в західно-європейських портах; на нафту, цинк, свинець, олово, нікель, амоній — ціни Лондонської біржі кольорових металів; на пшеницю — ціни Канадської біржі.

На світову ціну впливають природні, географічні, екологічні, соціальні, політичні та економічні фактори. Основні серед них — економічні: коливання валютних курсів країн; оподаткування; інфляція; конкуренція; монополізація; рівень державного втручання міжнародних організацій та об'єднань в ціноутворення; попит і пропозиція і т. п.

Вивчаючи світове ціноутворення, економісти відзначають, що на світовому ринку формування цін, розробка цінової політики та її здійснення — більш складний процес, ніж на внутрішньому ринку. Це обумовлено низкою факторів:

- різним ступенем державного втручання в економіку;
- різноманітністю ринків;
- зростанням цін при експортуванні продукції;
- існуючим розбіжністю в практиці встановлення фіксування і зміни цін;
- відмінностями в стратегії і формах ведення конкурентної боротьби на світовому ринку.

Вибір методу цінової політики у зовнішньоекономічній діяльності та визначення конкурентної ціни на товари і послуги, насамперед, пов'язані з вирішенням таких завдань і цілей фірм, як освоєння певної частки світового ринку, отримання прибутку та раціональне використання міжнародних чинників виробництва.

В економічній літературі найчастіше зустрічаються затратні теорії ціни, пов'язані з теорією трудової вартості. Згідно даної теорії, вартість товару являє собою втілення праці товаровиробника, і її величина визначається кількістю суспільно-необхідної праці для його виробництва. Витратна теорія ціни пов'язана з дією закону вартості на світовому ринку — всі товари виробляються і продаються за вартістю.

Закон вартості — один з основних законів товарного виробництва. Він є стрижнем ціноутворення не тільки на внутрішньому, але й на світовому ринку. Для кожної країни характерний свій рівень інтенсивності та продуктивності праці, тому країни істотно відрізняються один від одного за рівнем суспільно необхідних витрат праці на виробництво товарів і послуг. Економічна інтеграція та інтернаціоналізація виробництва, розвиток світової торгівлі, відповідно

до даної теорії, ведуть до появи середньосвітової праці та інтернаціональної вартості.

Інтернаціональна вартість являє собою результат не просто підсумовування вартості товарів всіх країн, вона визначається суспільно-необхідними витратами виробництва даних товарів країнами-експортерами, які на світовому ринку виступають в якості основних постачальників даної продукції. На основі цих уявлень багато економістів стверджують, що світова ціна — це грошове вираження інтернаціональної ціни виробництва на світовому ринку, в основі якої лежить інтернаціональна вартість. Недоліком витратною теорії формування ціни є те, що вона недооцінює роль таких факторів впливу на ціну, як вигідність світової торгівлі, попит і пропозиція, конкуренція, втручання держави, світових і регіональних організацій у світове ціноутворення.

Серед відомих теорій ціни важливе значення надається нематеріальної теорії ціноутворення у світовій економіці. Вона тісно пов'язана з теорією граничної корисності, яка характеризується як міра переваги, що віддається споживачем конкурентному товару в рамках всіх пропонованих товарів. Ціна формується залежно від додаткового випуску даного товару в результаті збільшення на нього попиту.

У ринковій економіці попит і пропозиція найчастіше є вирішальним фактором ціноутворення. Попит на світовому ринку визначається купівельною спроможністю країн і фірм в придбанні конкурентних товарів і послуг, а пропозиція виступає як необхідна кількість товарів, що задовольняє попит. Закон попиту, висловлюючи пряму залежність від витрат праці, формує тип ринкової структури, характер конкурентних відносин, пропозиція товарів, ступінь їх диференціації, фінансовий стан країн і т. п.

Цінова політика на основі попиту і пропозиції також має недоліки: кількісне визначення корисності і недосконалість методики її обчислення. За споживчої вартості товари не співмірні. Вимірювання максимальної користі на основі споживчого вибору товару з урахуванням величини доходу споживача також не дає практичних результатів, оскільки даний вибір або пропозицію в чому залежать від різних видів економічних і соціальних факторів.

У світовому ціноутворенні важливу роль відіграє кон'юнктура ринку, яка визначається економічною ситуацією на ринку в певний момент часу і класифікується за основними групами: ринок сировини, ринок об'єктів капітального будівництва, ринок промислових товарів, ринок продовольства і т. п.

Показники, які характеризують економічний стан ринку, можна також розділити на групи: виробництво, попит і споживання, торгово-економічні показники і ціни.

До показників, які характеризують виробництво, відносяться наступні дані:

- про динаміку виробництва того або іншого виду продукції, основних фірм;
- про появу нових товарів і вдосконаленні існуючих;
- про завантаження виробничих потужностей;
- про динаміку капіталовкладень в дану галузь;
- про рух портфеля замовлень;
- про динаміку виробничих витрат;
- про зарплати та кількості безробітних;
- про вплив страйків на обсяг випуску і збільшення фонду заробітної плати;
- про рух курсу акцій, облігаціях, обліковому продукті і т. п.

Основними показниками попиту та споживання є дані:

- про конкретні ринки;
- про динаміку та структуру споживання;
- про вплив НТП на рівень споживання і вимоги до характеристик товару;
- про динаміку оптової та роздрібною торгівлі, розмірах продажів у кредит;
- про рух товарних запасів;
- про індекси вартості життя і особисті доходи споживачів.

Торгово-економічні показники включають дані:

- про динаміку торгівлі;
- про основні країнах-експортерах і імпортерах;
- про нові формах і методах торгівлі.

Основними показниками ціни є дані:

- про динаміку оптових цін у провідних країнах-виробниках і споживачах даного товару, т. п. Про експортні та імпортні цінах;
- про вплив інфляції на ціни;
- про зміну цін на сировину і напівфабрикати;
- про товари замінниках;
- про зміну курсу валют;
- про державне втручання в ціноутворення;
- про вплив монополій на рівень цін.

Лекція 2

Система цін світового ринку

Зміст

1. Множинність цін світового ринку	1
2. Основні види світових цін	5
3. Встановлення цін	6

1. Множинність цін світового ринку

Множинність цін на світовому ринку характеризує такий стан ринку, коли на товар однакової якості, що поставляється на однакових умовах (фрахтова база, форма оплати, термін і обсяг поставки і т. п.) в одному і тому ж центрі міжнародної торгівлі, діють різні за рівнем офіційно опубліковані ціни.

Ціни можуть залежати від умов комерційної угоди, характеру ринку і джерел цінової інформації. Множинність цін у світовій торгівлі обумовлена ??наступними чинниками:

- політикою монополій, які визначають систему цін, диференційованих по ринках і категорій покупців;
- державним регулюванням, втручанням світових, регіональних та інших організацій у світове ціноутворення.

Монополізація внутрішнього ринку окремих країн, а також зовнішніх ринків транснаціональними корпораціями призвели до появи в світовій торгівлі різних цін на одні й ті ж товари. Чималу роль у цьому відіграє і розділ світового ринку міжнародними, регіональними, урядовими та напівурядовими організаціями, які широко використовують різні форми і методи впливу на ціни товарів і послуг.

Державне втручання у світове ціноутворення здійснюється за допомогою законодавчих, адміністративних, бюджетно-фінансових заходів і являє собою особливий ряд протекціонізму: мита, податки, тарифи, квоти, субсидії, державні замовлення та закупівлі, кредити, демпінг, фінансова допомога і т. п.

Залежно від умов конкретних товарних ринків світові ціни поділяються на:

- експортні — ціни на товари та послуги основних країн-експортерів у вільно конвертованій валюті. Це можуть бути ціни на сировину, що вивозиться з різних країн, які є основними постачальниками, або ціни на

групу товарів (машини та обладнання), що поставляються різними країнами;

- імпорتنі — ціни на товари та послуги основних країн-імпортерів у вільно конвертованій валюті.

На кожному конкретному світовому ринку існує ринкова світова ціна. Якщо ринок дефіцитний (попит перевищує пропозицію), його називають ринком продавця. Якщо на ринку пропозиція перевищує попит, його називають ринком покупця (останній виставляє свою ціну).

Світова ціна, як правило, відразу фіксується в контракті. Її подальші зміни допускаються лише за наявності певних умов, які заносяться в контракт у вигляді застережень. Останні в основному пов'язані з ризиком. Щоб обмежити ризики при укладенні контракту, необхідно чітко сформулювати наступні пункти:

- хто організовує і оплачує перевезення товару від продавця до покупця;
- хто має ризик у ході здійснення цих функцій;
- хто несе ризик від загибелі і псування товару.

На міжнародному ринку розподіл ризиків між продавцем і покупцем здійснюється на основі міжнародних торгових умов, установлених Міжнародною торговельною палатою («Інкотермс»). Умови «Інкотермс» тісним чином пов'язані зі світовими цінами.

Основні ризики в міжнародних операціях:

- ризик реалізації;
- ризик неплатежів;
- транспортний;
- валютна і курсова;
- страхових, економічний і політичний;
- ризик поставки якості.

Характер ринку, цілі комерційних угод та інші фактори зумовили поділ світових цін на ціни «вільного» і «закритого» ринку, що пов'язано з факторами, що визначають ринкову структуру світового господарства.

Ціни «вільного» ринку залежать від конкуренції на світовому ринку і об'єктивно складаються під впливом попиту та пропозиції. До них відносяться ціни біржових котирувань, аукціонів і торгів.

Біржові котирування — ціни товарів і послуг, торгівля якими здійснюється на товарних біржах (при торгівлі натуральним каучуком, цукром-сирцем, бавовною та іншими товарами). Відмінною особливістю біржових котирувань є їх доступність, об'єктивність і випереджальна ринкова інформація: ціни оперативно публікуються (два-три рази на день) і формуються в умовах торгу між продавцем і покупцем товарів і послуг, тобто є результатом реальних контрактів. Ціни чуйно реагують на зміни кон'юнктури, підвладні спекуляціям і іншим факторам. Вони визначаються, як правило, на однорідні товари, формуються в конкретних умовах, що складаються на біржі.

Аукціон — це публічний продаж товарів, підприємств, акцій, цінних паперів, інжинірингових послуг і т. п. На світовому ринку ціни аукціонів одержали широке поширення при продажу продуктів сільського господарства, рибальства, виробів з дорогоцінних і напівкоштовних каменів, хутра, вовни, чаю, тютюну. За аукціонними цінами на ринках таких країн, як США і Канада, реалізується близько 70% всієї ввезеної ними хутра, а в Скандинавських країнах — до 95%. На аукціонах здійснюється торгівля вовною в таких країнах, як Австралія і Нова Зеландія, чай реалізується в Шрі-Ланці та Індії.

Ціни торгів — це ціни, які складаються при торговій спеціалізації, заснованої на видачі замовлень на поставку товарів або видачу підряду на певні роботи. Міжнародні торги становлять собою конкурсну основу розміщення замовлень на закупівлю на світовому ринку обладнання або залучення підрядників для спорудження комплексних об'єктів. У міжнародній практиці широке поширення через торги отримали закупівлі машин і устаткування, замовлення на будівництво промислових та інших об'єктів.

До цін «закритого» ринку відносяться ціни внутріфірмової торгівлі (трансфертні), ціни регіональних економічних угруповань і ціни спеціально преференційних угод та угод. Оскільки трансфертні ціни на світовому ринку — це ціни транснаціональних корпорацій, вони будуть розглянуті в наступному розділі. Для цін регіональних економічних угруповань характерно завищення в порівнянні з «вільними» цінами. Це обумовлено необхідністю стимулювання виробництва окремих товарів і послуг в рамках регіону.

Преференційні ціни встановлюються міжурядовими угодами, в яких фіксуються спеціальні умови поставки і величина ціни реалізації. Вони найчастіше застосовуються у вигляді скасування мит на ввезені товари, пільгового кредитування та страхування зовнішньоторговельних операцій, спеціального валютного режиму, надання фінансової та технічної допомоги (наприклад, преференції, які застосовуються щодо країн, що розвиваються, між країнами СНД, в ЕС і т. п.).

Особливістю цін товарів, що обертаються на світовому ринку, є їх відхилення від внутрішніх цін. Причина незбігу — в неоднорідності структури світового ринку і витратах на виробництво цих товарів. Ціни світового ринку

формуються провідними країнами-експортерами, внутрішні ціни — ґрунтуються на виробничих витратах національних виробників.

Слід підкреслити одну з особливостей — світова ціна на певні товари та послуги, як правило, нижче внутрішньої ціни. За визначенням економістів, розрив у їх рівнях складає більше 30%, причому на готові вироби він значно вище, ніж на сировину.

Більш глибокий аналіз світових і внутрішніх цін, дозволяє виділити ще одну закономірність — є зразкові межі відхилень в еволюції співвідношення цих цін у часі. Порівняльний аналіз рівня цін, діючих у внутрішній і світовій торгівлі показує:

- межі варіювання цін досить широкі (при цьому має значення не тільки вид товарів, а й конкретний період часу їх реалізації);
- варіація співвідношень цін проявляється в розбіжності напрямків відхилення цін світового ринку від внутрішніх цін. На практиці спостерігаються випадки, коли ціни внутрішнього ринку ростуть або відхиляються вниз, а іноді, що зустрічається дуже рідко, їх величина збігається.

Аналітики світового ціноутворення виділяють дві характерні особливості у стосунках світових і внутрішніх цін:

- збіг цін на національному ринку і світовому зустрічається дуже рідко;
- переважаючим варіантом цінових розбіжностей є перевищення внутрішньої ціни над світовою.

Перевищення імпортової ціни на товари та національної ціни над аналогічними товарами допускається за певних умов і носить, як правило, тимчасовий характер. Це можливо в умовах дефіциту товарів на внутрішньому ринку, адміністрування цін з метою підтримки вітчизняних виробників, при використанні демпінгу і т. п.

Відхилення світових цін у бік пониження в порівнянні з внутрішніми цінами на національних ринках обумовлено наступними факторами:

- рівень розриву у виробничих витратах на світовому ринку значно більше, ніж на внутрішньому;
- на світовому ринку реалізується не вся продукція, вироблена в країні-експортері;
- конкуренція на світовому ринку більш жорстка, ніж на національному;
- конкурентоспроможність країн-експортерів значно вище інших країн, що виробляють аналогічні товари.

2. Основні види світових цін

Світовий ринок представлений різними цінами. У якості відправної точки для проведення переговорів про ціну контрагенти торгової угоди використовують базисні ціни.

Базисна ціна — це ціна на товар або послуги, яку публікує в різних довідниках і преїскурантах. Її основою є довідкові та преїскурантні ціни. Інформація про світові ціни публікується:

- в національних загальноекономічних і промислових статистичних виданнях;
- в статистичному бюлетені ООН;
- в спеціальних виданнях, в яких поміщається найбільш докладна інформація.

Довідкові та преїскурантні ціни відображають загальний напрямок динаміки цін за попередній період, їх можна використовувати при укладанні контрактів на строкову поставку невеликих партій товарів (тих, які реалізуються поза біржею). Вони застосовуються на ринках нафти, нафтопродуктів, хімічних товарів, чорних металів та ін.

Довідковими цінами вважають ціни на товари, що публікуються в різних виданнях об'єднаними виробниками, інформаційними агентствами і бюро, консультаційними або брокерськими фірмами.

Преїскурантні ціни — ціни каталогів і проспектів, які спеціально розроблені і висилаються певному колу осіб або які публікуються виробниками в різних виданнях. Це ціни на товари масового і серійного виробництва.

Преїскурантні ціни служать не тільки орієнтиром для визначення цін при угодах, але і є ціноутворюючою основою окремих компонентів виробів, запчастин, послуг обслуговування і т. п.

Таким чином, довідкові та преїскурантні ціни виступають для продавців і покупців в якості вихідного пункту при визначенні контрактної ціни.

Контрактна ціна — це ціна, яка фіксується в документі про угоду і суттєво може відрізнитися від довідкової ціни (на 20–30% або більше за рахунок відкритих і прихованих знижок за обсяг угоди, якість, фрахт, надання пільгових кредитів і т. п.). Довідкові ціни можуть застосовуватися лише після того, як в них внесені необхідні поправки на всі пільги та знижки. Контрактні ж ціни відображають дійсний рівень цін на товар певної якості за певних умов постачання і платежу. Як правило, контрактні ціни становлять комерційну таємницю.

Контрактна ціна може бути:

- твердою — фіксованна на певному рівні в момент підписання контракту;

- ціною з подальшою фіксацією — ввозяться узгоджені країнами в контракті терміни і на основі певних джерел;
- ковзної — змінюється протягом періоду дії контракту відповідно до узгодженої країнами формулою ковзання ціни.

Контрактна ціна не може зазнавати змін. Єдиною причиною, яка може відхилити ціни фактичних угод від ринкових, є їх «старіння» (від часу укладання угоди і того часу, коли отримана інформація про цінах).

Залежно від умов контракту на поставку товару світові ціни виступають в наступних основних видах:

1. Експортні ціни ФАС або ФОБ — фірма-експортер продає товар імпортеру, включаючи в ціну транспортні витрати з доставки або до борту судна, або на борт судна і витрати на навантаження (ФОР). Ціна ФОБ або ФОР за аналогією означає вантаження в залізничний або автомобільний транспорт.
2. Ціна КАФ — включає всі витрати по фрахту до місця призначення, але витрати при загибелі або псуванню товарів переходять на покупця, коли товар перетне леер в порту призначення. Вона є також експортною ціною.
3. Імпортна ціна СІФ — включає експортну ціну ФОБ, ціну КАФ, а також виробничі витрати на страхівку вантажів до кордону країн-експортерів або імпортерів. Продавець несе всі витрати з доставки товару в порт відвантаження, з фрахтування судна, з оплати податків, мит, зборів та по страхуванню товарів.

3. Встановлення цін

Вихідною базою для розрахунку експортних цін є контрактна ціна, яка визначається на основі калькуляції всіх витрат. Згідно умов «Інкотермс», розроблених Світовою організацією торгівлі (СОТ), ціна повинна включати певні витрати. Калькуляція експортної ціни показана в таблиці 1.

У ціноутворенні на світовому ринку важливе значення займають цінові знижки при продажу та купівлі товарів. Цінові знижки — метод торгування з урахуванням стану ринку і умов контракту. У ході переговорів покупця і продавця ціни, спочатку оголошені постачальниками в прейскуранті, піддаються коректуванню і в значній мірі знижуються. За оцінками деяких фахівців їх загальний рівень становить до 50% від величини спочатку оголошених довідкових цін, а на окремі товари — ще більше.

На світових ярмарках, біржах, аукціонах існує близько 40 видів різних цінових знижок. Серед них найбільш поширені:

Табл. 1. Калькуляція експортної ціни

Попередня собівартість
+ скалькулювати прибуток
= ціна з заводу постачальника
+ перевезення з залізничної станції
+ вартість послуг експедитора
+ страхування
+ вартість завантаження у вагон
= ціна «франко-залізничний вагон»
+ фрахт до кордону
= ціна «франко-кордон»
+ фрахт до місця (порту призначення)
= ціна, включаючи фрахти до місця (порту призначення)
+ витрати в порту: перевалка, складування, портові збори, комісія експедитора в порту, додаткові витрати (телефакс, телефон, пошта)
+ ціна «франко-порт відвантаження»
+ витрати на документи
+ витрати на коносамент
+ морський фрахт
= ціна «КАФ порту призначення»
+ страхування FRA
= ціна «СІФ порту призначення» або ціна «з судна в порту призначення»
+ вартість перевалки в порту призначення
+ імпортне мито та оформлення документів
= ціна «з пристані в порту призначення»
+ вартість перевезення до місця покупця
= ціна «франко-покупець», включаючи мито

- бонусні;
- дилерські і брокерські;
- за оплату товару готівкою, або знижки «Сконто»;
- спеціальні;
- закриті.

Бонусні знижки — застосовуються, головним чином, при великих оптових угодах. Необхідність їх викликана тим, що продаж і постачання товарів великими партіями знижує побутові витрати і переносить частину обов'язків по зберіганню і фінансуванню на споживача. Вони надаються великим оптовим постійним покупцям не за окрему угоду, а за весь обсяг обороту на рік,

і складають приблизно 7–15% вартості всього обороту. Бонусні знижки ще називають кількісними, і вони можуть виступати як сумарні і прості.

Сумарні знижки встановлюються залежно від кількості товарів, що купуються протягом певного часу, зазвичай за рік. Їх основна мета прив'язати покупця до продавця як єдиному виробнику даного товару. За своїм обсягом і величиною ці знижки займають друге місце після брокерських і складають приблизно 15% загального обсягу реалізованої продукції. Їх рівень пов'язаний з величиною і серійністю замовлення:

- на товари, які користуються масовим попитом, їх розмір відносно невеликий;
- на товари і послуги, вироблені малими серіями або за індивідуальними замовленнями, знижки значно зростають. Це обумовлено витратами на виробництво.

Прості знижки (тимчасові) надаються покупцям великих партій товарів одноразово при продажу товарів масового попиту, що мають сезонний характер.

Дилерські та брокерські знижки використовуються при продажу товарів оптом і в роздріб через посередників. Їх величина залежить від виду товару та обсягу посередницьких послуг (іноді вона досягає 30% обсягу реалізованої продукції). Дилерами можуть виступати окремі особи або фірми, які займаються перепродажем товарів переважно від свого імені на товарних і брокерських біржах. Брокер, як і дилер, здійснює ті ж операції, тільки не бере на себе права власності на товари. Його основні функції полягають у зведенні покупців з продавцем і сприянні у проведенні переговорів між ними.

Будучи складовою частиною світового ціноутворення, знижки, одержувані посередниками, являють собою свого роду плату за послуги з просування товарів до споживача, які в іншому випадку повинен би був виконати сам творець товару. Реалізуючи товар, його виробник несе значно більші витрати, ніж надається знижка дилерам і брокерам, оскільки ті швидше здійснять оборот капіталу. Це особливо типово при поставках на експорт продукції, де ринок захоплений великими посередниками або оптовими торговими фірмами. Крім цього, конкуренція на світовому ринку значно жорсткішим і вимагає величезних матеріальних і фінансових витрат.

Знижки за оплату товару готівкою, або знижки «Сkonto» являють собою знижки з фактурної вартості товару за оплату його в короткий строк або достроково. Їхній рівень становить приблизно 3–5% всієї вартості угоди, але дана знижка покращує фінансове становище виробника товарів з погляду готівки, оскільки платежі за відвантажений товар займають від одного до трьох місяців.

Спеціальні знижки фірма-виробник надає тим покупцям, з якими має тривалі зв'язки або інші особливі відносини. Їх рівень становить 5–8%, вони є комерційною таємницею і можуть бути визначені оцінкою.

Закриті знижки надаються на продукцію, що обертається в замкнутих економічних просторах (наприклад, знижки під внутрішньофірмової торгівлі, на ринках міжнародних та регіональних угруповань або на товари, поставлені за спеціальними міжурядовими угодами).

Знижки є складовою частиною ціноутворення і набули широкого поширення. Науково обґрунтована політика надання знижок різного роду посередникам прискорює процес обороту капіталу, зменшує загальні витрати виробництва і дозволяє виробникам-експортерам отримувати прибуток.

Лекція 3

Державне регулювання світових цін

Зміст

1. Основні методи державного втручання у світове ціноутворення	1
2. Мита і їх роль у світовому ціноутворенні	3
3. Використання державою нетарифних методів впливу на світові ціни .	5
4. Приховані форми державного впливу на світові ціни	7
5. Фінансові інструментарії державного втручання в ціноутворення . . .	9

1. Основні методи державного втручання у світове ціноутворення

Державне втручання у світові ціни здійснюється за допомогою законодавчих, адміністративних і бюджетно-фінансових заходів і являє собою особливий рід протекціонізму. Під протекціонізмом розуміється державна політика захисту внутрішнього ринку від іноземної конкуренції шляхом використання тарифних і нетарифних інструментів торгівлі на світовому ринку. З погляду сфери прояву і механізму впливу на процес ціноутворення, економісти-міжнародники виділяють кілька форм державного регулювання світових цін:

- безпосередню участь держави у сфері виробництва та обігу;
- вплив на ринкову рівновагу;
- використання антимонопольних законів, політики доходів, кредитно-грошової системи і бюджетів.

Інструментарій державного втручання у світове ціноутворення — це прямі і непрямі методи.

До прямих методів відноситься централізоване адміністративне встановлення цін на окремі товари та послуги. Широко використовується в таких країнах, як Франція, Бельгія, Нідерланди, Росія, Україна, Казахстан та ін.

Характерною його особливістю є те, що пряме втручання у світове ціноутворення (рис. 1) здійснюється, головним чином, в галузі громадського користування чи інших галузях, що мають стратегічний характер для окремих країн (енергетика, транспорт, зв'язок, водопостачання і т. п.).

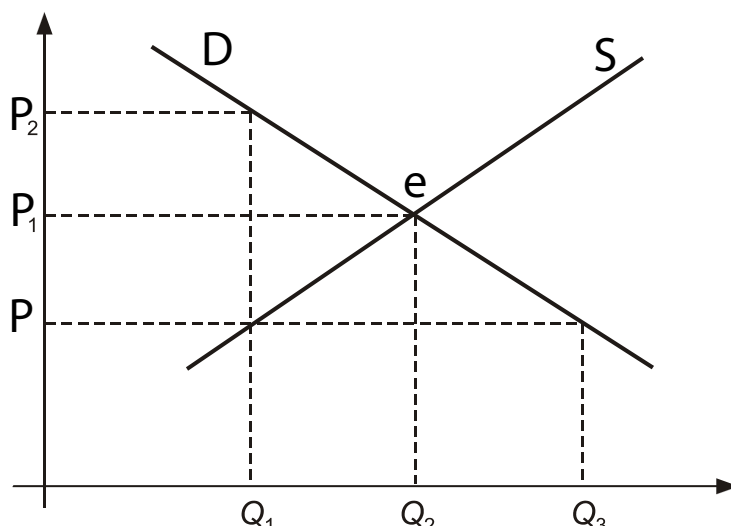


Рис. 1. Наслідки прямого державного втручання у світове ціноутворення

Держава може впливати прямо на ціни за допомогою законодавчих актів або використовувати різноманітні тарифні та нетарифні методи. Низхідна крива попиту D і пропозиції S характеризує ринкову рівновагу до використання методу державного втручання в ціноутворення. У цих умовах за ціною P буде реалізовано Q_3 товарів. Підвищення державою експортної ціни з P_1 до P_2 тягне за собою зниження обсягу ринку з Q_2 до Q_1 . За даною ціною споживачі будуть купувати менше товарів, а виробники не будуть виробляти більше, оскільки різницю в цінах поглинуть податки. Якщо знижується ціна на товари, то збільшується обсяг ринку. Дане зниження ціни можливе за умови використання непрямих методів державного втручання у світові ціни.

Непрямі методи державного впливу на світові ціни представляють собою регулювання сукупного попиту за допомогою тарифів і мит, податкової політики, кредитів, різного роду квот і субсидій, державних замовлень і закупівель, надання допомоги підприємствам-експортерам і країнам, що здобуваються товари та послуги країн-експортерів. Розкриваючи сутність непрямих методів, необхідно відзначити, що держава не прямо впливає на світові ціни, а лише на ті фактори, які значною мірою впливають на них.

Державне втручання в ціноутворення на світовому ринку тісно пов'язане з розвитком міжнародної торгівлі і реалізується на основі поєднання прямих і непрямих методів регулювання цін. Співвідношення даних методів по країнах і в часі різноманітне. Більш глибокий аналіз дозволяє виділити деякі загальні закономірності даного втручання:

- по-перше, воно може бути одностороннім, коли способи державного регулювання цін використовуються в односторонньому порядку без узгодження і консультацій з її торговими партнерами;

- по-друге, — двостороннім, коли заходи торговельної політики узгоджуються між країнами;
- по-третє, — багатостороннім, коли торгова політика узгоджується і регулюється багатосторонніми угодами на світовому чи регіональному ринках за участю міжнародних та регіональних організацій та спілок.

Табл. 1. Основні непрямі методи державного впливу на світові ціни

Тарифні методи	
митні збори, тарифні квоти	
Нетарифні методи	
Кількісні	квотування, ліцензування, «Добровільні обмеження»
Приховані	державні закупівлі, вимоги про зміст місцевих компонентів, стандартів, субсидії
Фінансові	кредитування, демпінг, допомога

Непрямі методи державного впливу на світові ціни поділяються на тарифні й нетарифні, їх класифікація представлена в Таб. 1.

2. Мита і їх роль у світовому ціноутворенні

Найбільш поширеним методом державного впливу на ціни є тариф, або мито, що представляє собою державний податок на товари, що перетинають кордони країн. Якщо мито стягується вивозить країною, то вона називається вивізним митом. Якщо країною, через яку товари провозяться, — транзитним митом. Якщо країною що ввозить — ввізним митом. Остання вважається найпоширенішою у світовій практиці.

З метою створення цінової переваги, а значить і підвищення конкурентоспроможності товарів національного виробництва, держави широко використовують ввізне мито або, так звану, імпортне мито, яке є засобом підвищення цін на імпортні товари.

Мито виступає як акцизний податок на імпортні товари. Вона вводиться з метою отримання доходів або створення цінових умов для конкурентоспроможності національних товарів. Умова призначення мита зумовило їх поділ на:

- фіскальні — використовуються державою на товари, які не виробляються в країні;

- протекціоністські — призначені для захисту національних товаровиробників та стимулювання внутрішнього виробництва товарів, які обкладаються даним видом мит.

Оскільки мита включаються до ціни товарів і послуг та перекладаються на споживача, їх застосування відіграє важливу роль у світовому ціноутворенні (рис. 2).

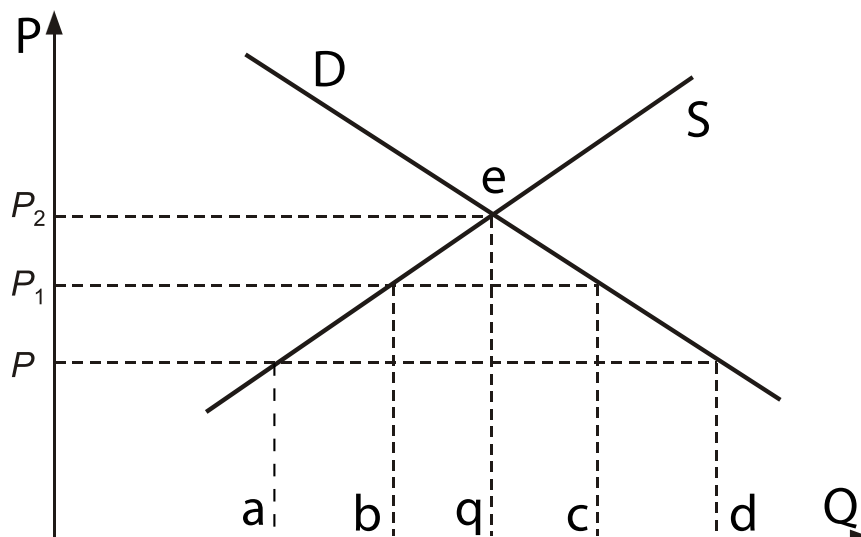


Рис. 2. Вплив захисної політики на ціни

Наприклад, країна ввела мито на імпортне взуття, але виробництво вітчизняної продукції має достатньо широку базу в самій країні. До чого призведе дана міра? По-перше, із зростанням мита від P до P_1 зросте ціна, по-друге, введення мита дозволить національним підприємствам збільшити обсяг виробництва і розширити асортимент взуття, оскільки ціна на імпортне взуття зросте. Імпортери в даному випадку нічого не виграють. Їх виробництво за новою світовою ціною знизиться від ad до bc .

Ставка мита може встановлюватися як грошовий податок в розрахунку на одиницю товару і у вигляді відсотка. На основі цього мита ділять на:

- специфічні — встановлюються на одиницю товару;
- вартісні (одволорні) — величина податку визначається у вигляді відсотка від вартості продукції.

В даний час країни широко використовують змішане мито — грошовий податок на одиницю товару і відсоток від вартості всієї продукції.

Диференціація митних зборів залежить від багатьох факторів. Великий вплив на їх величину надає ступінь обробки товару. Більш високими митами обкладаються трудомісткі готові вироби, оскільки сильна іноземна конкуренція на ринку цих товарів може призвести до закриття вітчизняних підприємств

і підвищити загальний рівень безробіття в країні. Наприклад, у США мито на бавовну ставе 1,1%, на бавовняні тканини — 8,7%, а на одяг — 22,7%. У країнах ЄС шкіряну сировину і бавовна ввозяться безмитно, тоді як взуття, тканини і телевізори обкладаються митом у 20–22%. Дифференціація мит залежить від рівня розвитку країни: чим він нижчий, тим вище ставки мит.

3. Використання державою нетарифних методів впливу на світові ціни

До нетарифних методів впливу держави на світові ціни відносяться:

- квотування;
- ліцензування;
- «добровільне обмеження»;
- державні замовлення і закупівлі;
- вимоги про зміст місцевих компонентів;
- стандарти;
- субсидії;
- кредитування;
- демпінг;
- різного вида допомога.

Ці методи можна розділити на три групи: кількісні, приховані, фінансові. Уряди багатьох країн широко використовують їх в торговельній політиці, тим самим не прямо, а опосередковано впливаючи на ціноутворення. Перевага нетарифних методів полягає в наступному:

- по-перше, вони вважаються більш прийнятними в торговельній політиці, оскільки не є додатковим податковим тягарем для населення;
- по-друге, їх використання може швидше привести до шуканої мети;
- по-третє, ці методи майже не регулюються міжнародними угодами.

До кількісних нетарифних методів відноситься квотування — різновид заходів з регулювання діяльності на світовому ринку, що вводяться державами та міжнародними організаціями щодо обмеження виробництва, експорту та імпорту товарів. Застосовується з метою збалансування поставок і платіжних балансів для досягнення еластичності попиту і пропозиції на внутрішньому ринку. Реалізується при використанні квоти.

Квота — кількісна нетарифна міра обмеження експорту та імпорту товару в протекціоністських цілях певною кількістю або сумою на обумовлений проміжок часу. За напрямками дії квоти діляться на імпорتنі та експортні.

Імпортна квота — нетарифний кількісний спосіб обмеження ввезення певних товарів або послуг в країну. Найчастіше встановлюється з цінних міркувань, іноді величина квоти визначається політичною ситуацією. Взаємозв'язок імпоротної квоти і ціни на товар наведен на рис. 3.

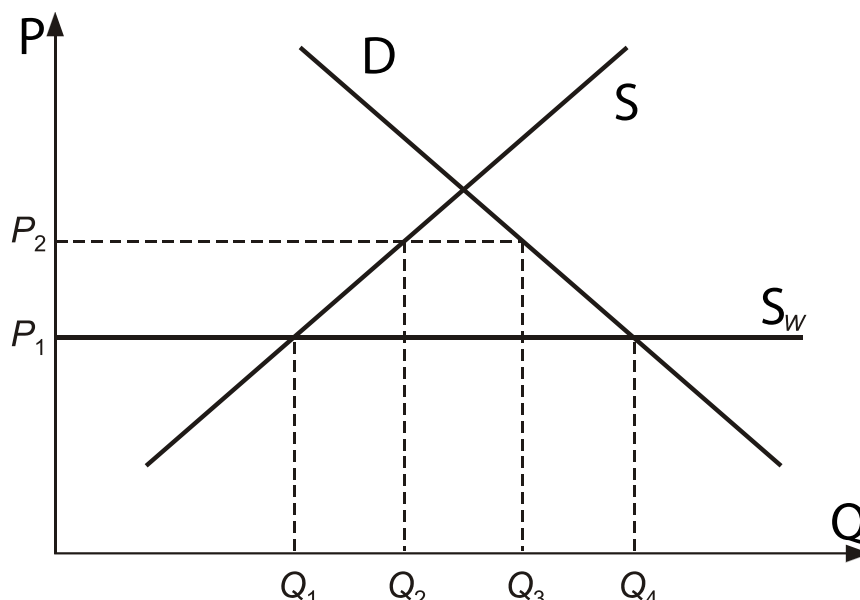


Рис. 3. Взаємозв'язок імпоротної квоти і ціни на товар

Припустимо, що внутрішня пропозиція товару в країні становить S , а попит D . Пропозиція аналогічного товару з-за кордону необмежено і дорівнює P_w за світовою ціною P_1 . У цій ситуації внутрішнє виробництво товару, при ціні P_1 , складе Q_1 споживання Q_4 , імпорт товару $Q_4 - Q_1$. Країна вирішує обмежити імпорт товару ввівши імпортну квоту у розмірі Q_2 . В результаті скорочення зовнішнього пропозиції внутрішні ціни на товар піднімаються до P_2 , внутрішній попит скоротиться до Q_3 , імпорт зменшиться до розміру квоти Q_3 .

Таким чином, введення квот на пряму пов'язане з підвищенням цін, скороченням попиту і стимулюванням національного виробництва товарів.

Захищаючи місцевих виробників, держава визначає споживчу ціну на ввезену продукцію на рівні ціни більш дорогого продукту вітчизняного виробництва. Імпортну квоту використовують майже всі країни світу.

Експортні квоти країни використовують у відповідності з міжнародними стабілізаційними відносинами, що встановлюють частку кожної країни в загальному експорті певного товару, або для запобігання вивозу товарів, дефіцитних на внутрішньому ринку. Часто квоти застосовуються для забезпечення вітчизняних виробників достатніми товарними запасами за нижчою ціною,

для попередження виснаження природних ресурсів, а також з метою підвищення цін на експорт шляхом обмеження поставок на зарубіжні ринки.

Крім вищезазначених квот, специфічним типом квотування є ембарго, яке повністю забороняє торгівлю. Найчастіше його використовують у політичних цілях для тиску на країни. Особливо часто застосовують ембарго США, Англія та інші розвинені країни.

Ембарго для країни має важкі економічні та соціальні наслідки. Разом з тим, воно, за принципом бумеранга, відбивається на країні, яка його використовувала.

Важливим методом втручання в світове ціноутворення є ліцензування. Ліцензування це дозвіл на здійснення торгових операцій. Вимога ліцензування торгівлі може не тільки обмежити імпорт або експорт шляхом прямої відмови, але також привести до погіршення торгівлі у зв'язку з додатковими витратами, затримками і невизначеністю.

Одна з форм кількісного обмеження імпорту в країну є «добровільне» обмеження експорту, яке являє собою зобов'язання одного з партнерів по торгівлі обмежити або не розширювати обсяг експорту, прийнятого в рамках міжурядової або неофіційної угоди про встановлення квот на експорт товарів. Прикладом «добровільного» обмеження експорту можуть служити взаємини США, Японії та Європейського Союзу. Так, Японія «добровільно» обмежує свій експорт автомобілів у США, телевізорів — у Великобританію, Бельгію, Нідерланди і Люксембург.

Ембарго, ліцензування, «добровільне» обмеження експорту є кількісним інструментарієм нетарифних методів державного втручання в економіку і, так само як квоти, істотно впливають на світові ціни.

4. Приховані форми державного впливу на світові ціни

Державний протекціонізм у світовому ціноутворенні широко використовується в прихованих його формах. За оцінками деяких економістів, у світовій практиці спостерігається кілька сотень видів прихованих форм впливу урядів на ціни, за допомогою яких країни можуть в односторонньому порядку обмежувати імпорт або експорт. Серед них особливе місце займають державні закупівлі і замовлення, стандартизація продукції, адміністративні зволікання, внутрішні збори і податки, вимоги про зміст місцевих компонентів і т. п.

Аналіз політики державних замовлень і закупівель свідчить про те, що однією з найважливіших закономірностей прихованого протекціонізму є порушення узгоджених принципів міжнародної торгівлі.

Державні закупівлі являють собою вимоги від державних органів і підприємств купувати товари тільки у національних фірм. Віддаючи перевагу власним виробникам при закупівлі товарів, уряду широко використовують ці-

новий механізм. Наприклад, дозволяється купувати імпорتنу продукцію тільки в тому випадку, якщо ціна на неї буде вище, ніж на аналогічні товари вітчизняного виробництва.

У світовій практиці можна зустріти безліч законодавчих актів, за якими на окремі продукти встановлюється мінімальний відсоток вартості, яка повинна мати вітчизняне походження, щоб цей продукт міг би реалізуватися всередині країни. Вимоги про зміст місцевих компонентів найчастіше використовуються країнами, що розвиваються і припускають нарощування вітчизняного виробництва цих товарів.

До прихованій формі протекціонізму у світовому ціноутворенні також відносяться технологічні бар'єри, які перешкоджають імпорту товарів (вимоги про національні стандарти, про отримання сертифікатів якості імпоротної продукції, про специфічну упаковку і маркування товарів, про дотримання певних санітарно-гігієнічних норм, вимог про захист місцевого товаровиробника і т. п.). Для того щоб блокувати збут товарів іноземного виробництва та забезпечити можливість продажу вітчизняної продукції, уряди країн встановлюють стандарти за класифікацією, маркуванням, проведенням випробувань імпортованих товарів .

Застосування нетарифних обмежень повинно здійснюватися відповідно до норм і принципів СОТ:

- при кількісних обмеженнях імпорту та експорту (квотування і ліцензування);
- при використанні технологічних бар'єрів (стандарти, сертифікати якості товарів, вимоги до упаковки, маркування та ін.);
- при здійсненні платежів (імпортні депозити, ковзаючі збори, пільги для окремих галузей, підприємств та ін.);
- за участю держави у зовнішньоторговельних операціях (субсидування експорту, держімпорт, держторгівлю);
- при розширенні внутрішніх можливостей підприємств по оновленню основних виробничих фондів (індексація амортизації, зміна можливих норм амортизації основних засобів, надання підприємствам-експортерам відстрочок зі сплати податку на додану вартість під час введення обладнання на період проектного терміну монтажу та введення в експлуатацію).

5. Фінансові інструментарії державного втручання в ціноутворення

Фінансовими методами впливу урядів країн на ціноутворення є субсидії, кредитування, демпінг, фінансова допомога.

У сучасних умовах, з метою стимулювання експорту та обмеження імпорту на окремі товари і послуги, багато країн широко практикують субсидування.

Субсидія це допомога у грошовій або натуральній формі, що представляється державою за рахунок бюджету вітчизняним фірмам і підприємствам, а також іноземним державам і фірмам з метою підтримки національних виробників на світовому ринку.

Субсидування є однією з найважливіших форм державного втручання в ціноутворення. Реалізуючи свої товари за нижчою ціною, ніж на внутрішньому ринку, експортери несуть величезні збитки і не отримують прибутку. З метою підтримки їх конкурентоспроможності країни за рахунок державного та місцевого бюджетів здійснюють пряме субсидування. Багато урядів не обмежуються тільки спеціальними субсидіями, а використовують і інші методи. Оскільки пряме субсидування експорту заборонено правилами Світової організації торгівлі, положеннями обмежувальної ділової практики (ОДП) та іншими міжнародними організаціями, а його застосування занадто очевидно для конкурентів, держава вдається до таких форм компенсації збитків експортерів, як уявлення вітчизняним виробникам набору різного виду послуг:

- безкоштовна інформація про ринки і цінах;
- організація торговельних виставок;
- проведення ярмарків;
- встановлення контактів між представниками ділових кіл різних країн і місцевими виробниками.

Непряме субсидування експортерів здійснюється банками:

- надання пільг по сплаті податків;
- пільгові умови страхування;
- позики за ставкою нижче ринкової;
- повернення ринкових мит і т. п.

Характерним прикладом державної підтримки цін на різні товари та послуги можуть служити країни Європейського співтовариства. Ще за часів зародження цієї регіональної організації склалася ціла система фінансової стабілізації цін на сільськогосподарську продукцію її учасників:

- інтервенція, відповідно до якої ЄС встановлює мінімальну ціну на сільгосппродукцію і закупає її за цією ціною, якщо ринкова ціна є нижчою;
- експортні компенсації, виступаючі як субсидії на експорт продукції за межі ЄС;
- квоти, строгий контроль за обсягами продукції, виробленої кожним учасником ЄС.

Деякі економісти вважають, що якби не було системи державної підтримки цін на європейському ринку, то ціни, які існують на вільному ринку, перевищили б їх у кілька разів. Економічно більш кращим методом обмеження імпорту є внутрішнє, а не експортне субсидування, яке здійснюється за допомогою національних банків. Фінансуючи вітчизняних виробників, товари яких реалізуються на внутрішньому ринку, держава тим самим надає їм більш сприятливі умови в ціновій конкуренції по відношенню до фірм-імпортерів. Отримавши субсидію, місцеві товаровиробники мають можливість реалізувати більше своєї продукції і розширити частку ринку. Про взаємозв'язок внутрішніх субсидій і цін на національному ринку можна судити за даними рис. 4.

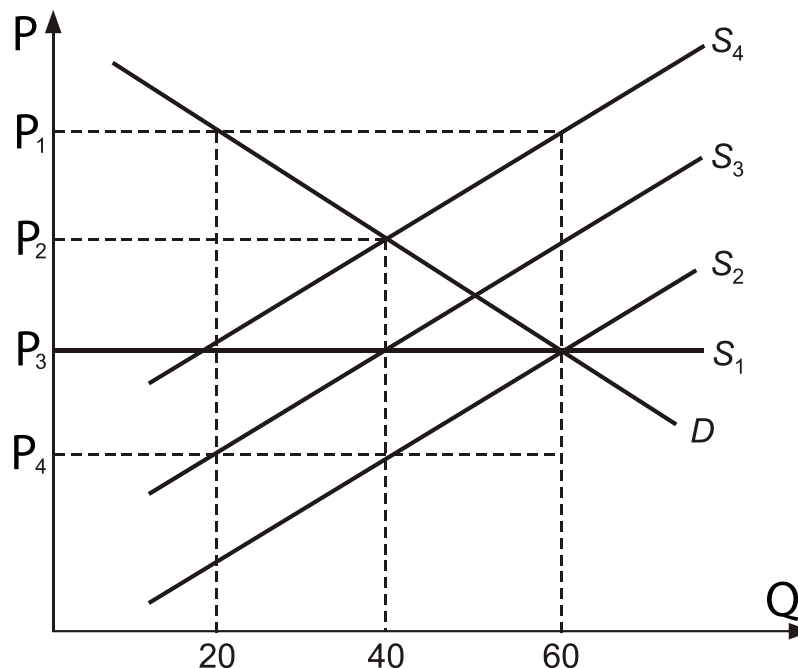


Рис. 4. Взаємозв'язок внутрішніх субсидій і цін на національному ринку

- де P_1 — внутрішня ціна до початку торгівлі (150 ум. Од.);
 P_2 — внутрішня ціна при наданні субсидії (125 ум. од.);
 P_3 — світова ціна (100 ум. Од.);
 P_4 — демпінгова ціна (85 ум. Од.);

D — попит;

S_1, S_2, S_3, S_4 , — функції пропозиції.

Уявімо, що внутрішня ціна P_1 до початку торгівлі та до надання субсидії склала 150 умовних грошових одиниць. Після початку торгівлі при світовій ціні P_3 в 100 умовних грошових одиниць країна виробляє 20 одиниць товару і 40 одиниць товару імпортує. Внутрішнє споживання складає всього 60 одиниць. Отримавши субсидію в 50 умовних грошових одиниць, вітчизняні виробники можуть знизити свою ціну на рівень субсидії і збільшити виробництво з рівня S_4 до рівня S_2 .

В умовах науково-технічної революції субсидування активно використовується для фінансування фундаментальних наукових досліджень, досвідчених конструкторських робіт, впровадження у виробництво досягнень науково-технічного прогресу, для підготовки кадрів і т. п.

Експортне субсидування — являє собою бюджетні виплати національним експортерам, що дозволяє продавати товар іноземним покупцям за нижчою ціною, ніж на внутрішньому ринку.

Таким чином, субсидування являє собою найбільш завуальовану форму цінової конкуренції на світовому ринку. Це відноситься в рівній мірі як до виробників товарів для внутрішнього ринку, так і до експортерів, оскільки їм держава надає спеціальні бюджетні виплати. На субсидування розвинені країни витрачають величезні кошти. Про це говорять такі дані: в 90-х роках внутрішні субсидії в США на молоко склали приблизно 60% від продажної ціни, в Європейському Союзі — 50%, в Японії — 80%, а на цукор — відповідно, 75%, 75% і 70%.

Система фінансових розрахунків між країнами у вигляді «плаваючих курсів» створила нові можливості для застосування валютного демпінгу. «Плаваючі курси» мають прямий зв'язок з рівнем цін, так як ціна на товари постійно «плаває» з курсами валют.

У світовій економіці з експортним субсидуванням тісно пов'язане експортне кредитування або міжнародний кредит.

Міжнародний кредит це нетарифний метод зовнішньоекономічної політики, яка передбачає фінансове стимулювання державою розвитку експортної діяльності.

Експортне кредитування робить досить сильний вплив на світові ціни. Воно здійснюється шляхом надання валютних і товарних ресурсів іноземним позичальникам на умовах повернення, терміновості і сплати відсотків, переважно у вигляді позик.

Залежно від того, хто безпосередньо кредитує іноземного покупця, експортне кредитування може бути фірмовим або банківським. У багатьох випадках експортне кредитування виступає як урядових кредитів або кредитів урядових органів.

Необхідно відзначити, що фірмові і банківські приватні експортні кредити мають державні гарантії від різного виду ризиків в рамках систем їх страхування. За даними Міжнародного валютного фонду, експортне кредитування сконцентровано на невеликій групі країн. Приблизно 63% всіх експортних кредитів у світовій економіці отримують лише десять країн, серед них Росія, Китай, Бразилія, Мексика та ін. Особливістю експортного кредитування в світі є їх пов'язаний характер, тобто кредити обумовлені закупівлею певної продукції в країні, що надала кредит. Наприклад, кредити, отримані Росією від США і Канади, були в основному пов'язані із закупівлею зерна в цих країнах.

У світовій практиці широко використовується пільгове кредитування експорту. Особливо часто воно застосовується урядами Японії, Франції та Великобританії.

Крім субсидій держава застосовує і інші форми підтримки експорту (наприклад, іноземна допомога). Ця форма втручання в ціноутворення має особливе значення для отримання контрактів на реалізацію проектів по створенню залізниць, електростанцій, телекомунікацій. Деякі економісти стверджують, що 1/3 товарів виробничого призначення, що реалізуються на світовому ринку, фінансується за допомогою «допомоги».

Однією з форм фінансових методів втручання у світове ціноутворення є демпінг.

Демпінг це експорт товарів за цінами, які значно нижчі за ціни країни-експортера, за умови, що такого виду продаж завдасть сильного шкоди відповідній галузі в країні імпортеру.

Здійснюється демпінг за рахунок окремих фірм, а також державних субсидій експортерам.

Демпінг виступає в наступних формах:

- спорадичний демпінг — продаж зайвих товарних запасів на зовнішніх ринках за заниженими цінами. Причиною є наявність зайвих товарів, які не можуть бути реалізовані на внутрішньому ринку. Фірма стоїть перед дилемою: або знищити товар і розоритися, або продати його на зовнішньому ринку за низькою ціною;
- навмисний демпінг — тимчасове зниження експортної ціни з метою витіснення конкурента з ринку і подальшого встановлення монопольної ціни. Ціни в даному випадку будуть нижче витрат виробництва і собівартості виробництва товарів;
- зворотний демпінг — завищення цін на експортну продукцію в порівнянні з цінами продажу її на внутрішньому ринку. На практиці зворотний демпінг зустрічається дуже рідко;

- взаємний демпінг — зустрічна торгівля двох країн одними і тими ж товарами за заниженими цінами.

Умови здійснення демпінгу:

- по-перше, відмінності в еластичності попиту на товар в різних країнах — попит на національному ринку повинен бути менш еластичним, ніж попит на даний товар за кордоном;
- по-друге, кон'юнктура ринку і конкуренція — недосконала конкуренція дозволяє виробникові встановлювати і диктувати ціни;
- по-третє, сегментування ринку — здатність відгородити високі внутрішні ціни від зовнішнього ринку.

Демпінг використовується, насамперед, з метою придушення ринку та його захоплення, він прямо пов'язаний із цінами на товари і послугами. Застосовуючи демпінг, фірми спочатку несуть величезні матеріальні та фінансові збитки, а надалі отримують надприбутки. Початкові втрати фірм, які застосували на світовому ринку демпінг, компенсуються, як правило, за рахунок завищення цін на інші товари або на ті ж товари на інших ринках, у тому числі і на внутрішньому ринку країни-експортера. Якщо демпінг застосовують державні підприємства, то їх втрати покриваються субсидуванням експортних поставок з коштів державного бюджету.

Економічний зміст взаємозв'язку експортного субсидування і цін наочно представлено на рис. 5.

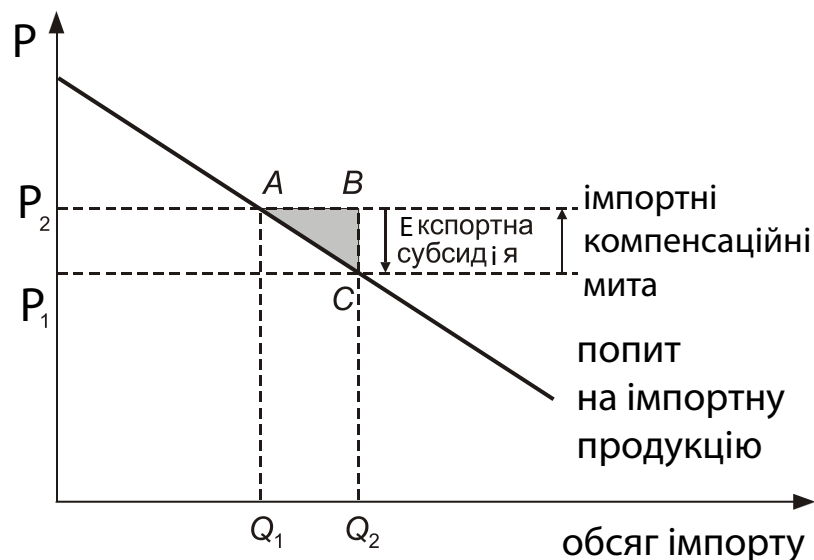


Рис. 5. Взаємозв'язок експортних субсидій, компенсаційних мит і цін

де P_1 — ціна після надання субсидії;
 P_2 — вільна ціна.

В умовах вільної торгівлі ринковий попит дорівнює рівноважній ціні P_2 . У точці А досягається максимум переваг від зовнішньої торгівлі для всього світового господарства. Експортне субсидування опускає криву пропозиції до точки С, що дозволяє збільшити імпорт і знизити ціну до P_1 .

З метою зменшення витрат, пов'язаних із застосуванням демпінгу на світовому ринку, країни, в які реалізований товар за демпінговими цінами, згідно з правилами Всесвітньої торгової палати, мають право обкладати його спеціальним антидемпінговим імпортним митом, що дорівнює різниці між внутрішньою ціною на ринку країни-експортера і ціною, по якій даний товар експортується.

Незважаючи на те що використання демпінгових цін на світовому ринку заборонено СОТ та іншими міжнародними та регіональними організаціями, багато країн застосовують його і в даний час. Так, з початку 80-х років кожні п'ять років тільки проти американських корпорацій висувається понад 100 звинувачень у демпінгу. За цей же термін США порушили понад 350 претензій до інших країн, а країни ЄС — 280. Стратегія демпінгу характерна для продажу енергоносіїв, автомобілів, деревини, верстатів. Уряди країн, в торгівлі з якими застосовуються демпінгові ціни, обмежують продаж дешевих імпортних товарів, що підривають розвиток виробництва національних товарів. У боротьбі з демпінговими цінами вони також широко використовують різного виду мита, а іноді застосовують ембарго.

На сучасному етапі розвитку світової економіки особливо важливого значення набуває проблема використання валютного демпінгу. Як зазначалося вище, товарний демпінг в основному здійснюється за рахунок прибутків, отримуваних на внутрішньому ринку, і державних субсидій. Передумовою валютного демпінгу служить зниження курсу валюти країни-експортера, тому він безпосередньо пов'язаний з необхідністю державного втручання у вигляді урядового рішення про девальвацію валюти, яка дає можливість фірмам знижувати свої експортні ціни у валюті країни-покупця.

Таким чином, суперечка про те, чи повинна держава втручатися в економіку і забезпечувати економічне зростання, переконливо дозволив світова фінансова криза. Вже немає сумніву, що всі рішення, які приймають уряди країн по податках, тарифах, субсидіях, відсотковими ставками за кредитами, по валютних курсах, а також з питань освіти, охорони здоров'я, підготовки кадрів і т. п. напряду або побічно характеризують державний вплив на економічні процеси як усередині країни, так і на світовому ринку.

Лекція 4

Конкуренція на світовому ринку і ціноутворення

Зміст

1. Конкуренція на світовому ринку. Конкурентоспроможність країн . . .	1
2. Цінова і нецінова конкуренція	2
3. Конкурентоспроможність українських експортних товарів	4
4. Роль транснаціональних компаній (ТНК) у формуванні світових цін . .	5
5. Трансферне ціноутворення на світовому ринку	8

1. Конкуренція на світовому ринку. Конкурентоспроможність країн

Конкуренція (від лат. *concurrere* — стикатися) — це процес взаємодії, взаємозв'язку і боротьби різних товаровиробників і споживачів за найбільш вигідні умови виробництва, збуту і купівлі товарів та послуг з метою захоплення певної частки ринку та отримання прибутку.

Учасниками конкуренції на внутрішньому ринку можуть виступати окремі товаровиробники і покупці, фірми та підприємства, монополії і олігополії; на світовому ринку — транснаціональні корпорації, світові та регіональні організації та об'єднання, а також окремі країни.

Серед економістів немає єдиної точки зору на визначення конкурентоспроможності країни на світовому ринку. Одні вважають, що це макроекономічне явище, яке визначається такими змінними, як курс валюти, процентні ставки, бюджетний дефіцит; інші стверджують, що конкурентоспроможність залежить від наявності великої кількості дешевої робочої сили; треті — конкурентоспроможність країни визначається кількістю природних ресурсів; четверті, що вона залежить від практики управління та втручання держави в економіку і т. п. Найбільш правомірною можна вважати точку зору відомого американського економіста М. Портера, який вважає, що конкурентоспроможність країни характеризує продуктивність використання ресурсів і не одна країна не може бути конкурентоспроможною абсолютно «у всьому, так само як і бути чистим експортером абсолютно всього». Рівень розвитку країни або її конкурентоспроможність на світовому ринку визначається, насамперед, тими умовами, які країна створює фірмам окремих галузей для конкурентоспроможних переваг. Саме в окремих галузях на національній базі зосереджуються

новітні досягнення науки і техніки, найбільш висококваліфікована робоча сила, використовуються кращі технологічні рішення, що дозволяють зробити якісний конкурентоздатний товар. Дана база в країні справляє визначальний вплив на інші галузі і створює конкурентні переваги на міжнародній арені. Конкуренція тісним чином пов'язана зі структурою як внутрішнього, так і зовнішнього ринків. Вона практично визначає модель і формує ціни на товари і послуги, тому цінова політика продавця залежить від типу ринку: внутрішній визначає конкурентоспроможність фірми світового ринку, а світовий — сприяє розвитку внутрішнього ринку. В економічній літературі прийнято виділяти чотири типи внутрішнього ринку: ринок чистої конкуренції, монополістичної конкуренції, олігополістичної конкуренції і чистої монополії. Найважливіші характерні риси даних моделей — цінова і нецінова конкуренція, а також контроль за ціною, здійснюваний фірмами і державою.

2. Цінова і нецінова конкуренція

Конкурентоспроможність галузі, яка виходить на світовий ринок, визначається внутрішньогалузевою та міжгалузевою конкуренцією. Внутрішньогалузева конкуренція — це конкуренція між підприємствами і фірмами, які виробляють однотипні товари, що задовольняють одну і ту саму потребу, проте розрізняються за ціною, якістю та асортиментом.

Міжгалузева конкуренція — це вид боротьби підприємств і фірм різних галузей, що виробляють різні товари, які задовольняють потреби споживчого і виробничого попиту.

Цінова конкуренція, як метод взаємодії боротьби виробників, передбачає продаж товарів або пропозиція послуг за нижчими цінами, ніж конкуренти.

Нецінова конкуренція базується на пропозиції товарів більш високої якості, з більшою надійністю і термінами служби, з післяпродажним обслуговуванням (товарні знаки, реклама, торгові марки і т. п.).

На рис. 1 відображено ціновий, а на рис. 2 — неціновий метод конкуренції на ринку.

Для того щоб завоювати значну частку ринку і реалізовувати більшу кількість товарів, фірма, базуючись на ціновій конкуренції, повинна знизити ціни на продукцію з P_3 до P_2 , P_1 . У результаті обсяг ринку збільшиться від Q_3 до Q_2 і Q_1 .

За допомогою нецінової конкуренції (якість, реклама, товарні знаки, торгові марки) компанія зрушує споживчий попит на свою продукцію з D_1 до D_2 . Це дозволяє фірмі: по-перше, збільшити обсяг попиту на продукцію і розширити частку ринку з Q_1 до Q_2 при ціні P_1 ; по-друге, збільшити ціну до P_2 при обсягу попиту на рівні Q_1 .

Фірми-експортери рухаючись по кривій попиту, знижуючи або підвищую-

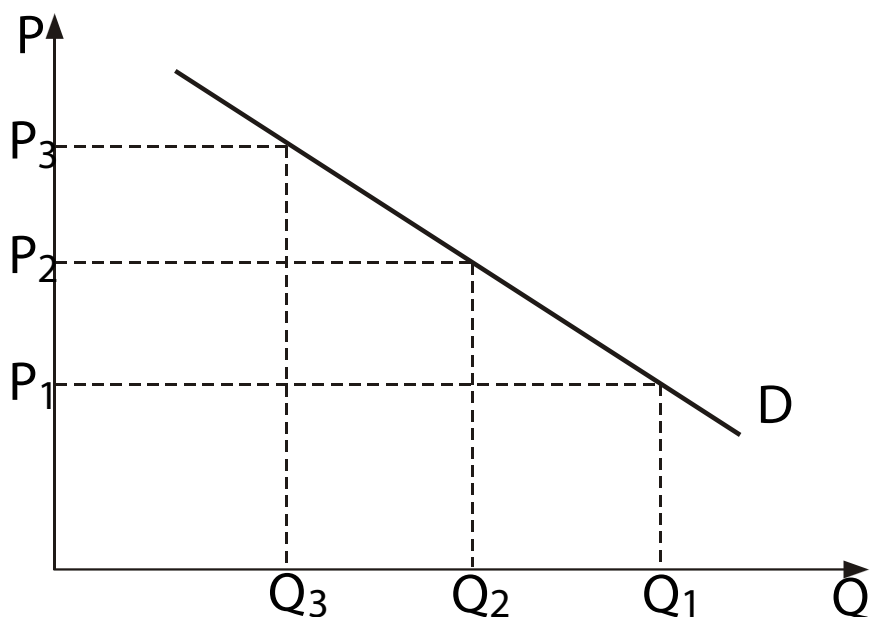


Рис. 1. Вплив цінової конкуренції на обсяг продаж

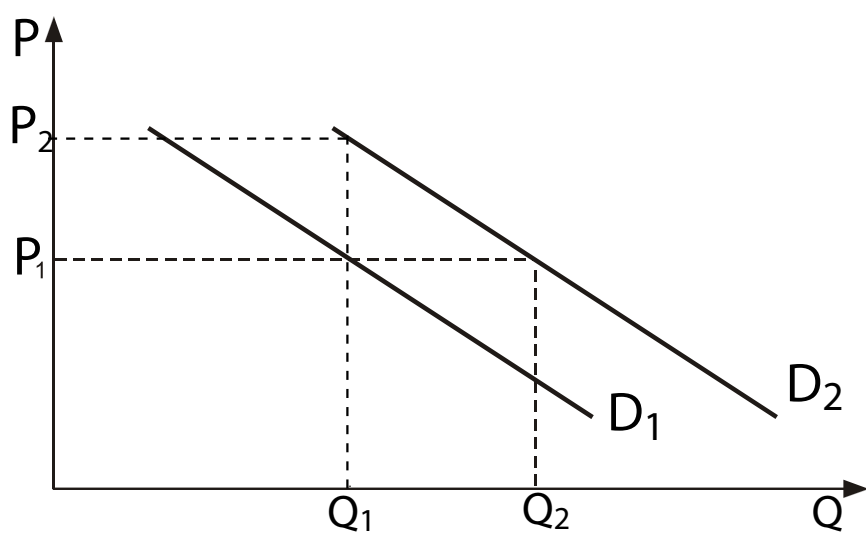


Рис. 2. Вплив нецінової конкуренції на обсяг продаж або на ціну

чи ціну, збільшують обсяг продажу і отримують прибуток. Ціновою конкуренцією, як правило, легко маневрують фірми, що займають панівне становище на ринку, — цінові лідери. Однак на зниження цін можуть піти і аутсайдери, які прагнуть вижити в умовах цінової конкуренції.

Успішна цінова конкуренція може вестися в умовах постійного вдосконалення виробництва і зниження його витрат. «Війна цін» розорила багато підприємств-експортерів, особливо які дрібні і середні. Саме цим і пояснюється той факт, що протягом перших п'яти років більше 90% дрібних і середніх фірм розоряються і припиняють своє існування.

Розподіл конкуренції на цінову і нецінову носить умовний характер. За своєю сутністю, нецінова конкуренція виражається через цінову. Припустимо, що нецінова конкуренція ведеться за рахунок якості товару, подовження термінів експлуатації, післяпродажного обслуговування, реклами і т. п. При цьому ціна на ідентичні товари однакова. Даними методами фірма домагається більшого обсягу продажів і завойовує значну частку ринку. Однак, щоб поліпшити якість товарів, подовжити терміни їх експлуатації, здійснювати післяпродажне обслуговування, потрібні додаткові витрати, які і включаються до собівартості продукції. При зростанні собівартості товару за попередньою ціною дорівнює зниженню середнього прибутку на одиниці товару.

Для підприємств-експортерів України використання цінової конкуренції в сучасних умовах дуже проблематично. Тому один з найважливіших шляхів розвитку українського експорту — це підвищення конкурентоспроможності експортної продукції.

3. Конкурентоспроможність українських експортних товарів

У програмі розвитку експорту в Україні на 2014–2020 роки підвищення міжнародної конкурентоспроможності українських товарів передбачається забезпечити за рахунок наступних дій:

- використання підприємствами нових технологій і «know-how» з високорозвинених країн;
- залучення інвестицій для модернізації технологій і зниження енергоємності матеріаломісткості виробництв;
- розвиток корпоративних зв'язків з провідними світовими фірмами в реалізації транснаціональних проектів;
- поліпшення якості управління підприємствами-експортерами шляхом приватизації, лібералізації;
- проведення заходів по боротьбі з контрабандним експортом та захистом інтелектуальної власності;

- забезпечення відповідності українській експортній продукції міжнародним стандартам (на базі міжнародних стандартів серії ІСО-9000);
- розвиток систем сертифікації та якості експортної продукції, визнаних зарубіжними партнерами;
- впровадження сучасних стандартів в області пакувальних і тарних технологій.

Здійснення даних заходів дозволить українським експортерам в значній мірі зменшити витрати виробництва на експортні товари, що в кінцевому рахунку дозволить знизити і експортну ціну.

4. Роль транснаціональних компаній (ТНК) у формуванні світових цін

Оскільки чиста конкуренція і чиста монополія є в даний час винятком на світовому ринку, а основу ринкової структури визначає монополія і олігополія, більш докладно зупинимося на природі та поширеності даних видів конкуренції в області світових цін.

Монополістична конкуренція являє собою ринкову ситуацію, при якій відносно невелике число виробників пропонує схожу, але не ідентичну продукцію.

Монополія зосереджує у своїх руках основну частку виробництва товарів і послуг певної галузі, встановлює ціни та отримує монополією високий прибуток.

Важливо підкреслити, що міжнародні економічні відносини набувають все більш корпоративні риси, відбувається посилення тенденцій формування транснаціональних, міжнародних, міжнаціональних корпорацій. Корпоративна транснаціоналізація охоплює не тільки великі компанії, але і невеликі фірми.

Характерною особливістю даних компаній є децентралізація управління, яка знаходить вираз у наданні все більшої самостійності дочірнім, внучатим і правнучатим фірмам у вирішенні фінансових, виробничих та інших питань їх діяльності.

Друга половина ХХ ст. ознаменувалася бурхливим розвитком транснаціональних монополій. Якщо в 1939 р. в світі було 300 ТНК, то в даний час їх чисельність перевищила 13000, з 90000 закордонних філій.

Транснаціональні та інші міжнародні компанії виробляють більше половини світового виробництва товарів і послуг. У них зосереджено близько 80% інтелектуального потенціалу, що забезпечило їм домінуюче становище в конкуренції та інноваційних проектах. Про зростання і значущості ТНК можна

судити за даними американських корпорацій. Якщо в 1997 р. частка внутрішньокорпоративних поставок в обсязі експорту зарубіжних філій склала всього 17%, то вже в 1998 р. вона зросла до 60%.

Міжнародні монополії — це найбільші фірми, корпорації з активом за кордоном або союз фірм різної національної приналежності, які встановили панування в одній або декількох сферах світової економіки з метою отримання прибутку.

ТНК являють собою великі компанії, що діють у міжнародному масштабі та контролюючі істотну частку світового промислового виробництва і торгівлі. У їх число входять 600 корпорацій-мільярдерів з оборотом понад 1 млрд. дол. Під їх контролем знаходиться більше третини промислового виробництва, більш половини зовнішньої торгівлі, близько 80% патентів на нову техніку і технологію.

Вчені Торонтонського університету, які займаються дослідженням ТНК, класифікують їх за трьома основними групами:

- національні компанії, що діють за межами країни, які з метою адаптації до місцевих умов керуються рекомендаціями національних урядів;
- мультинаціональні корпорації, які враховують законодавства і умови країни перебування, але набагато менше, ніж національні компанії;
- транснаціональні компанії, які, як правило, не враховують національні особливості країни перебування та її закони.

Більшість ТНК однаціональні за своїм складом, так як основний капітал материнської компанії належить певній країні (наприклад, голландська компанія «Філіпс», канадська «Алкен алюмініум», американська «Американ моторс» та ін.).

В умовах економічного підйому, глобалізації світових економічних відносин загострюється конкурентна боротьба між провідними транснаціональними компаніями світу, підвищується експортна конкурентоспроможність окремих молодих країн, що розвиваються, посилюється міжнародна конкуренція і централізація капіталу. Зростає число транснаціональних операцій по злиттю і поглинанню корпорацій.

Відбувається інтенсивна перегруповання сил в найбільших ТНК, посилення конкурентної боротьби між ними за сфери впливу, за ринок. Збільшується потік іноземних інвестицій. За оцінками експертів ООН, загальний обсяг прямих іноземних інвестицій досяг рекордної величини — 1000 млрд. дол.

На світовому ринку чільне положення займають ТНК промислово розвинутих країн. Саме вони є основними експортерами капіталу та новітніх технологій. На частку ТНК США, Японії, Британії, Німеччини, Франції припадає понад 70% прямих інвестицій.

Практично світовий науково-технічний прогрес забезпечують транснаціональні корпорації. Підходи до використання ТНК на національному рівні вельми суперечливі, оскільки суперечності закладені в самій монополії.

З одного боку, ТНК прагнуть отримати максимальний прибуток, тому жорстко експлуатують національні трудові і природні ресурси. Вони прив'язують багато що розвиваються, країни з перехідною економікою до розвинених країн, роблять їх сировинним додатком з одностороннім розвитком економіки. Проте слід враховувати їх позитивні переваги:

- забезпечення науково-технічного прогресу;
- інтернаціоналізація та інтеграція національних економік.

Переваги ТНК забезпечуються їх стратегією, яка зорієнтована на кінцевий результат корпорації в цілому, а не кожної філії окремо. Тісний взаємозв'язок процесів інтеграції та спеціалізації на базі злиття інтелектуального, фінансового, промислового і торгового капіталів дозволяє ТНК швидко реагувати на вплив зовнішнього ринкового сфери, маніпулювати цінами на вироблені ними товари і послуги, а також сировину, матеріали та іншу продукцію. У цих цілях транснаціональні корпорації широко використовують ліцензування.

При укладанні ліцензійної угоди фірма (ліцензіар) надає права на нематеріальну власність іншій фірмі (ліцензіату) на певний період часу, а ліцензіат виплачує за це ліцензіару роялті.

До нематеріальних активів належать:

- патенти, винаходи, формули, процеси, конструкції, схеми;
- авторські права, літературні, музичні або живописні композиції;
- торгові марки, фірмові назви, фабричні марки;
- франшизи, ліцензії, контакти;
- методи, програми, процедури, системи.

У світовій практиці достатнього поширення отримало перехресне ліцензування. Сутність його полягає в тому, що в галузі з часто змінюється технологією виробництва багатьох видів продукції (наприклад, у хімічній та електротехнічній) фірми часто обмінюються технологією, замість конкурентної боротьби один з одним. Використовуючи перехресне ліцензування, ТНК мають можливість обійти антитрестовське законодавство, якщо воно не дає можливості вийти на ринок одному з учасників.

Розвиток ліцензування ТНК вимагає від головних компаній розробки певної системи ціноутворення, оскільки нематеріальні активи надаються не безкоштовно, а за певною ціною. На ціну ліцензій впливають наступні фактори:

- спосіб її застосування;
- цінність, яку ліцензія представляє для ліцензіата;
- конкуренція і державне законодавство;
- домовленість ліцензіара і ліцензіата.

Найважливішими завданнями експортної політики України є: розвиток конкуренції серед фірм-експортерів, кооперація і концентрація фінансово-промислового капіталу шляхом створення найбільших концернів, транснаціональних корпорацій, спільних підприємств, фінансово-промислових груп, вільних економічних зон. Необхідно поєднати технологічний цикл виробництва експортних товарів з організацією зарубіжних виробництв і найбільших дилерських мереж.

5. Трансферне ціноутворення на світовому ринку

Трансферні ціни — це внутрішньокорпоративні ціни, за якими реалізуються товари між філіями однієї і тієї ж ТНК, які у різних країнах. Як правило, вони в три–чотири рази нижче цін біржових котирувань.

Трансферні ціни широко використовуються для перерозподілу прибутку і скорочення податків або приховування їх від держави. Якщо ТНК переслідує мету мінімізувати податки у своїй країні і імпорتنі мита при ввезенні товару в зарубіжну країну, трансфертні ціни визначаються на рівні істотно нижче ринкових. Якщо ставиться мета вивести з-під високого оподаткування прибуток, отриманий у своїй країні, ТНК імпортує з свого закордонного філії продукцію за істотно завищеними, проти ринкових, цінами. Одним словом, трансферне ціноутворення широко використовується ТНК для реалізації своїх стратегічних цілей.

Економіка України завжди значною мірою залежала від зовнішніх зв'язків. Сучасний етап висунув перед нею якісно нові завдання:

- створення сприятливих умов для взаємопроникнення капіталу та інвестицій;
- освіту промислово-фінансових груп;
- розвиток спільних підприємств і транснаціональних компаній.

У цих умовах трансферне ціноутворення займає одне з найважливіших місць в економічній інтеграції.

Система трансфертних цін існує в умовах обміну товарами і послугами між структурними підрозділами однієї і тієї ж компанії, що діють у різних

країнах. Тому трансферне ціноутворення пов'язано в основному з ТНК і світовим ринком.

Для України це досить нове і маловивчене явище, яке має важливе теоретичне і практичне значення. Трансферні ціни дуже сильно залежать від економічного стану країни, зміни курсу валют, інфляції, державного втручання в економіку, податкової системи, митних зборів, попиту і пропозиції на ринку.

Розробляючи систему трансфертного ціноутворення, передусім необхідно визначити основні стратегічні завдання корпорації, оцінити їх прибутковість, ефективність і рентабельність.

Потім слід перейти до вирішення додаткових завдань:

- мінімізація загальної величини мит;
- зниження впливу національних обмежень фінансового характеру;
- зменшення негативних наслідків, викликаних коливаннями курсів іноземних валют;
- зміцнення престижу фірми за кордоном і т. п.

По-перше, трансферне ціноутворення широко використовується для перерозподілу частини доходів, що підлягають оподаткуванню, між дочірніми підприємствами, що функціонують у країнах з різним рівнем податкових ставок на прибуток. Завищення трансфертної ціни в постачаннях продукції однією компанією іншій компанії дозволить головній фірмі мінімізувати загальну суму податків і отримати більший прибуток. По-друге, система трансфертних цін широко застосовується і для мінімізації величини мит: використовується система гнучких цін, постачання товарів і послуг між дочірніми підприємствами здійснюється за заниженою трансфертної ціною. По-третє, систему трансфертних цін рекомендується використовувати в цілях зменшення впливу національних обмежень фінансового характеру. Це досить переконливо підтвердив фінансовий криза 1998 р в Росії. Багато українських об'єднань, не знаючи ролі трансфертних цін у цьому процесі, зазнали величезних збитків. Уряди країн вдаються до різним обмеженням діяльності транснаціональних компаній:

- знижують розміри готівки;
- забороняють зменшення оподаткованого прибутку дочірніх компаній, що припадає на деякі види їх витрат;
- маніпулюють валютними курсами;
- використовують девальвацію і т. п.

У таких ситуаціях головні компанії застосовують гнучкі трансфертні ціни, які стимулюють попит, підвищують прибутковість дочірніх підприємств. Таким чином, трансфертне ціноутворення на світовому ринку є важливим чинником підвищення ефективності виробництва, стимулювання попиту і пропозиції, отримання прибутку і в цілому розвитку світової економічної інтеграції. Як вже зазначалося, вільної гри з цінами на світовому ринку не існує. Проте не можна скидати з рахунку ринок вільної конкуренції, який часто називають ринком досконалої сучасної конкуренції. Досконала конкуренція панувала на світовому ринку до кінця XIX ст., Потім на зміну їй прийшла монополістична конкуренція. У сучасних умовах на світовому ринку все більше проявляється діяльність олігополістичних структур.

Значний внесок у розвиток експорту забезпечує середній і малий бізнес. Політика стимулювання їх розвитку в Україні в основному орієнтується на експортні виробництва. Причому для цього є об'єктивні умови. Малому бізнесу відкривається Європейський ринок, який необхідно оперативно і цілеспрямовано освоювати. Але це можливо лише за умови державної підтримки підприємницької діяльності:

- створення системи фінансової підтримки, розвиток вертикальної інтеграції малих підприємств, створення інкубаторів малого бізнесу, орієнтованого на виробництво конкурентоспроможних на міжнародних ринках товарів;
- залучення венчурного капіталу для інвестування в інноваційні проекти малого бізнесу.

Лекція 5

Маркетингова діяльність на світовому ринку і цінова політика експортерів

Зміст

1. Міжнародний маркетинг	1
2. Роль і місце ціни в маркетинговій діяльності	2
3. Цінова стратегія на світовому ринку	3
4. Методи внесення комерційних поправок	13

1. Міжнародний маркетинг

Маркетинг — це система економічних відносин підприємств і фірм, яка заснована на попередньому вивченні стану та перспектив ринкового попиту, яка підпорядкована завданням від успішної розробки конструкції і технології виробництва товару до його доставки покупцеві і подальшого обслуговування.

Часто маркетинг називають «ринкової концепцією» управління фірми, оскільки основний його принцип є орієнтування на попит, на випуск товарів такої якості і такої кількості, які можуть бути продані на ринку. Одним словом, маркетинг являє собою ефективність усіх виробничих і збутових заходів, аналізу ринку, сегменту товару, визначення характеру упаковки, вибору товарної марки, фіксування ціни, планування та організації збуту.

Принципових відмінностей між маркетингом внутрішнім і міжнародним не існує. Як на національному, так і світовому рівнях використовуються однакові принципи: вивчаються сегменти ринку, розробляються умовна стратегія, різні цінові програми, які сприяють більш вигідній реалізації товарів і послуг. Однак, зважаючи на специфіку зовнішнього міжнародного середовища, маркетингова діяльність на світовому ринку являє собою більш складний господарський механізм, що обумовлено багатьма факторами:

- особливість міжнародної торгівлі, державне митне регулювання, нетарифні методи втручання в ціноутворення, валютний контроль, проведення комерційних операцій, специфіка укладання договорів і т. п.;
- міжнародні угоди, що регулюють економічне спілкування між країнами, міжнародна торгова практика, діяльність міжнародних і регіональних організацій, що регламентують основні економічні відносини у торгівлі і ціноутворенні;

- знання мови країн-експортерів та імпортерів основної продукції, соціальних і культурних цінностей і досягнень, менталітету нації, попиту і пропозиції.

Вперше маркетингові дослідження з'явилися на початку ХХ ст. в США і отримали інтенсивний розвиток в 60–80-х рр. Складність і проблематичність маркетингової діяльності на світовому ринку обумовили той факт, що країна, засновник маркетингу, і її фірми припускають займатися внутрішнім маркетингом на національному ринку, а не міжнародним.

Як зазначає відомий американський маркетинголог Ф. Котлер, до заняття міжнародним маркетингом американські фірми спонукають два фактори:

- по-перше, їх може підштовхнути до цього ослаблення маркетингових можливостей або зміна кон'юнктури на внутрішньому ринку;
- по-друге, американські фірми можуть бути залучені у зовнішньоторговельну діяльність зростанням можливостей, які відкриваються для їхніх товарів в інших країнах.

Не йдучи з внутрішнього ринку, вони можуть знайти для себе і привабливі зовнішні ринки.

У маркетинговій діяльності на світовому ринку особливо важливе значення має надійність достовірної та своєчасної інформації про ринок, структуру і динаміку попиту, смаках і перевагах покупців, а також про виробництво таких товарів, які відповідають вимогам ринку, тобто, конкурентоспроможних товарів і послуг.

Міжнародний маркетинг пов'язаний з розвитком ТНК та міжнародної торгівлі. В даний час, за підрахунками експертів ООН, у світі налічується близько 200000 трансакційних компаній, на початку 80-х років їх було всього 10000. Діяльність ТНК на світовому ринку не можна уявити без маркетингу. На ці цілі вони витрачають величезні фінансові кошти.

Багато американські фірми, займаючись маркетинговою діяльністю, отримують значну частину доходу з-за кордону (наприклад, «Exxon», «Apple», «Mcdonald», «Mobile», «IBM», «Coca-cola» та ін.). Дохід цих компаній із зарубіжних філій становить від 50% до 75%. Завдяки маркетинговій діяльності, на американському ринку досить впевнено почувають себе іноземні ТНК «Ройял Датч — Шелл», «Брітінг петролеум», «Юнівелер», «Філіпс», «Фольксваген», «Сіменс», «Таета мото», «Соні», «Хонда» та ін.

2. Роль і місце ціни в маркетинговій діяльності

Використання ціни в якості засобу маркетингової діяльності обумовлено рядом обставин:

- По-перше, в умовах вільної конкуренції на світовому ринку для реалізації пропонувалися однорідні, практично повністю замінні товари, тому споживачеві при виборі товарів нічого не залишалося робити, як орієнтуватися на ціну;
- По-друге, попит і пропозиція в основному залежали від ціни, оскільки доходи покупців були низькі;
- По-третє, вільні ціни сприяють вивільненню попиту і пропозиції, а значить і макроекономічному ринковому рівноваги.

У дослідженнях багатьох економістів, що вивчають проблеми маркетингу, відзначається зростаюча роль ціноутворення в маркетинговій діяльності. Серед дванадцяти маркетингових чинників ціна в даний час займає п'яте місце. Визначення ціни є важливішим ніж впровадження нової техніки, сегментації ринків, витрат збуту і т. п.

Ціноутворення займає ключові позиції в маркетинговій стратегії.

Рівень цін на експортні та імпорتنі товари і послуги надає прямий вплив на національну та світову економіку. Ціни на такі стратегічні товари і продукти, як нафта, газ, вугілля, сталь є базисними.

Від рівня цін залежить рентабельність і прибуток підприємств і фірм. Ціни служать сполучною ланкою між виробниками і споживачами товарів і послуг.

Ціна впливає на структуру виробництва, фінансову стабільність і здійснення інвестицій з розширення виробництва, впровадженню досягнень науково-технічного прогресу.

Таким чином, будучи одним з найважливіших елементів маркетингової політики, ціна і її рівні багато в чому визначають кон'юнктуру світового ринку на окремі види товарів, фінансовий і економічний стан фірми, її прибутковість і рівень рентабельності, платоспроможність, лідерство в конкуренції.

Тому вибір правильної цінової політики фірми на світовому ринку, забезпечений комплексом державного протекціонізму і заснований на оцінці пріоритетів його діяльності, дозволить більш правильно оцінити кон'юнктуру ринку, умови збуту і можливості в досягненні стратегічних цілей.

3. Цінова стратегія на світовому ринку

Цінова стратегія на світовому ринку — це вибір підприємством таких форм і методів маркетингової діяльності, які змогли б забезпечити стабільне становище фірми на світовому ринку, розширити частку ринку з метою максимізації прибутку.

Цінова стратегія на зовнішньому ринку має базуватися на правових і законодавчих актах тієї країни, куди направляється товар або інвестиції. При

цьому необхідно враховувати той факт, що на світовому ринку більш жорстка конкуренція і сильніший контроль за цінами з боку національних держав, світових та регіональних організацій та об'єднань.

Серед цінових стратегій, які не слід використовувати на світовому ринку, є наступні:

- демпінгові ціни і ціноутворення, що веде до порушення встановленого нормативними актами порядку ціноутворення національних держав;
- ціноутворення, яке ставить собі за мету встановити спекулятивні цілі.

Проблема встановлення ціни на товари та послуги займає одне з найважливіших місць у маркетинговій діяльності будь-якої фірми і підприємства, виходять на світову арену. При розробці маркетингових програм виробництва і збуту товарів (який товар, якої якості і в якій кількості) постає питання, за якою ціною продавати його на ринку. Тому ціни і ціноутворення є головними складовими маркетингової діяльності суб'єктів ринку.

Вибір стратегії ціноутворення підприємств, що займаються зовнішньо-економічними відносинами, заснований на оцінці пріоритетів їхньої діяльності. Однак треба мати на увазі суперечливий характер різних стратегій. Так, якщо прийняти стратегію на збільшення частки ринку, то необхідно поступитися ціною на товар і зменшенням доходу. І, навпаки, збільшення ціни, згідно закону попиту і пропозиції, призведе до скорочення частки ринку. Тому при виробленні цінової стратегії слід орієнтувати діяльність підприємств на змішані її види, для чого необхідний глибокий аналіз різних факторів, що впливають на цілі фірми-експортера.

За теорією відомого економіста Е. Гутенберга (функція Гутенберга), складність лінії реакції збуту на зміну ціни можна представити на рис. 1.

Так, при ціні P частка ринку Q становить $d - d_5$, із зростанням ціни до P_1 частка ринку падає і, відповідно, складе $d_1 - d_3$, а при ціні P_2 — частка ринку буде дорівнює $d_2 - d_3$.

Взаємозв'язок ціни і прибутку при фіксованих витратах виробництва зображена на рис. 2. З ростом ціни (P) за інших рівних умов, відповідно, збільшується прибуток (π).

Таким чином, як на світовому, так і на внутрішньому ринку, цінова політика переслідує три основні цілі:

- забезпечення збуту;
- максималізація прибутку;
- утримання ринку.

Концепція маркетингу містить комплекс наступних понять:

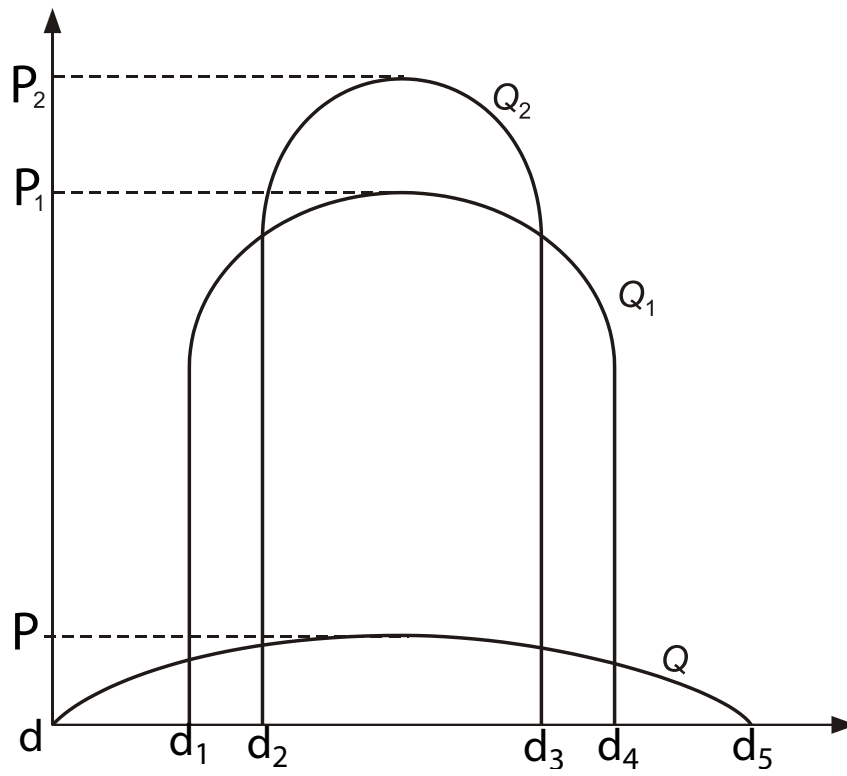


Рис. 1. Ціна та частка ринку

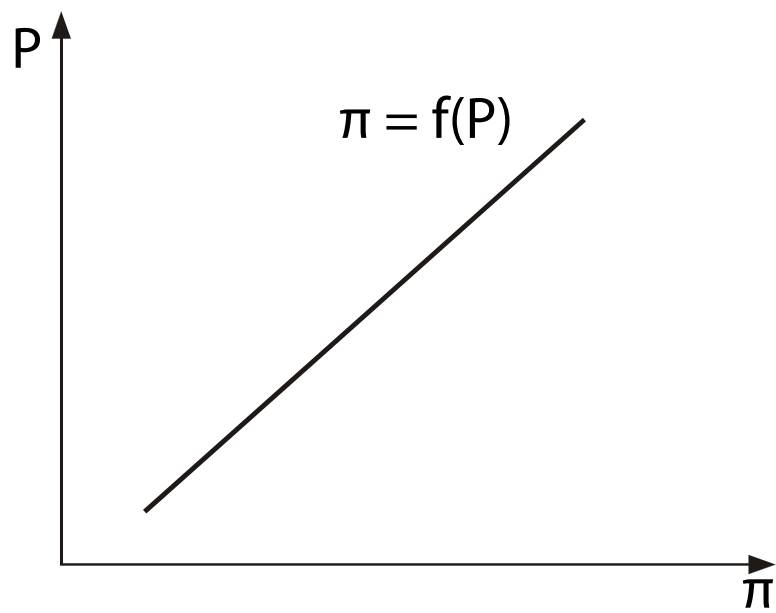


Рис. 2. Взаємозв'язок між ціною та прибутком

- що треба продавати, тобто, виробляти те, що можна продати;
- де продавати (визначити ринок товарів);
- яким шляхом продавати;
- хто потенційний покупець.

У зв'язку з цим, перш ніж визначити ціну, слід глибоко досліджувати ринок, щоб знати всі умови, що мають значення для успішної реалізації товару. Аналіз починається з сегментування ринку, виробництва товарів і вироблення цінової політики, від якої багато в чому залежить діяльність фірми-експортера.

Сегментування ринку — метод вивчення ринку за допомогою розбивки споживачів на групи з урахуванням їх потреб і смаків. Стратегія базується на неоднорідності покупців і попиту як в межах окремого сегмента ринку, так і на різних ринках. Найбільш важливими ознаками сегментування споживчого ринку є демографічні і соціальні. Якщо до сегментів ринку ставляться товари виробничого призначення, то в якості дослідження можуть бути підприємства-споживачі.

У світовій практиці маркетингової діяльності при визначенні ціни на товар слід, перш за все, зробити глибокий аналіз трьох основних факторів, що впливають на збут продукції:

- сам товар — оцінка вартості даного товару і конкурентних; взаємозамінність товару іншими товарами; непряма користь товару для покупця; рівень платоспроможного попиту на товар і т. п.;
- становище підприємства — оцінка загального становища підприємства на ринку; оцінка конкуренції, престижу, фінансових коштів, якими володіє підприємство для проведення збуту; загальна структура номенклатури продукції; гнучкість виробничих і збутових програм;
- ринок — аналіз загальної його ємності; співвідношення сил підприємства і його конкурентів; еластичність попиту; роль оптової торгівлі і розподіл ринку між конкурентами.

Таким чином, вибір ціни на товар включає в себе вибір мети і методів ціноутворення; визначення попиту; аналіз витрат і цін конкурентів; встановлення остаточної ціни.

Вивчення ринку є не самоціллю, а необхідним способом отримання інформації для прийняття конкретних рішень з виробництва і збуту продукції. Сучасні маркетингові дослідження вимагають величезних фінансових витрат. Приблизно 22% річного обсягу продажів складають витрати на маркетинг в американських фірмах. Наприклад, перша світова війна коштувала США 9000

дол. за хвилину. Війна у В'єтнамі — 22 000 дол. за хвилину. А одна хвилина реклами в телепередачі в загальнонаціональній мережі коштує 1 млн дол. Тим не менше, дані витрати виправдані і прибуток від них у значній мірі перебиває витрати. Найдорожчі ринкові дослідження рідко досягають 500 000 дол., а неуспіх, наприклад, однією з американських фірм через невірну оцінку отриманих даних вилився у втрату 500 млн дол.

У сучасних умовах особливу роль набуває достовірна інформація з ціноутворення. Вона необхідна для опрацювання різних варіантів цінової стратегії фірми. При зборі та обробці такої інформації підприємства-експортери повинні вирішити наступні завдання:

- вивчити ринок, на якому вони продають товари або реалізують послуги;
- зробити аналіз своєї та інших галузей, продукція яких є прямим конкурентом;
- врахувати законодавчих актів національних держав.

Аналіз динаміки та рівня світових цін необхідно доповнити оцінкою експортних можливостей самої фірми-експортера, це важливо не тільки для розробки цінової політики, а і для розрахунків конкретних зовнішньоторговельних цін.

Основним критерієм класифікації світових цін є ступінь свободи від впливу держави при їх визначенні. На основі цього ціни можна розділити на три групи:

- вільні — вільно складаються над ринком досконалої конкуренції. Практично єдиними продовольчими товарами, які реалізуються за вільними цінами, є злакові, кава, какао і цукор. Ціни на ці продукти не піддаються державній інтервенції. Держава може впливати на них лише через кон'юнктуру ринку;
- регульовані — складаються під впливом попиту та пропозиції. Однак держава впливає на них за допомогою непрямих методів регулювання;
- фіксовані — встановлюються державою або світовими та регіональними союзами та організаціями.

Цінова політика на світовому ринку реалізується за допомогою встановлення експортної ціни на основі розробки, обґрунтування, взаємної ув'язки і визначення конкретної її величини. Від цього багато в чому залежить реалізація стратегічних цілей фірм-експортерів: розширення обсягу ринку, відшкодування витрат і отримання максимального прибутку. Фірми-експортери використовують такі методи:

- встановлення ціни товару на основі витрат виробництва;
- беззбитковість;
- визначення ціни з орієнтацією на попит;
- встановлення ціни з орієнтацією на рівень конкуренції.

Метод встановлення ціни товару на основі витрат виробництва відрізняється від інших методів своєю простотою. В основу ціни покладені базові витрати на одиницю товару, до яких додається сума, покриває невраховані витрати і включає прибуток фірми. Оскільки всі витрати поділяються на постійні та змінні, то ціна на товар, як правило, встановлюється тільки на основі повних витрат, і зниження її рівня допускається вкрай рідко і на нетривалий час. Мета використання даного методу — отримати від продажу оптимальну виручку.

Однак, незважаючи на свою простоту, він має і серйозні недоліки:

- не враховує попит на товар, пропозицію на ринку та конкуренцію;
- віднесення на собівартість товару постійних накладних витрат є довільним, а значить і нереальним, оскільки не враховуються умови ринку і обсяг, ігноруються його сегменти.

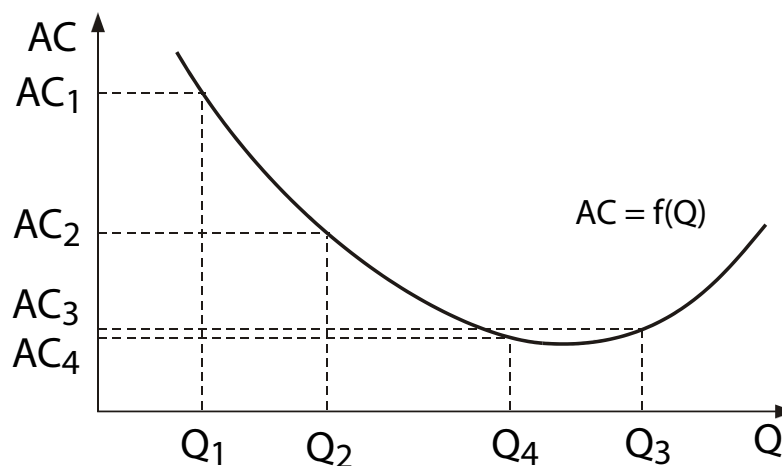


Рис. 3. Встановлення ціни на основі витрат виробництва

Фірма, яка визначає ціну на основі витрат виробництва, перш за все, повинна розробити конкретну програму щодо їх зниження на одиницю товару: впровадження у процес виробництва досягнень науково-технічного прогресу, наукова організація праці, економія на капіталі і праці і т. п.

Визначаючи ціну на основі витрат, підприємець-експортер повинен зіставляти структуру витрат з планованим обсягом виробництва і розраховувати короткострокові середні витрати на одиницю продукції. Як відомо, витрати

можуть знижуватися при нарощуванні обсягу випуску продукції до певного рівня, а далі настає момент, коли вони зростають на одиницю товару (рис. 3).

Розрахунок ціни на основі методу беззбитковості тісним чином пов'язаний з методом витрат виробництва. Оскільки основною метою фірми є отримання прибутку, то це автоматично означає, що ціна повинна відшкодувати витрати і забезпечити цільову прибуток в певному обсязі. Широко використовує даний метод на світовому ринку відома фірма «Дженерал Моторс». Визначаючи ціну на автомобілі, корпорація закладає в розрахунки норму прибутку в розмірі 15–20% на вкладений капітал.

В основі цього методу лежить побудова графіка беззбитковості, який представлений на рис. 4.

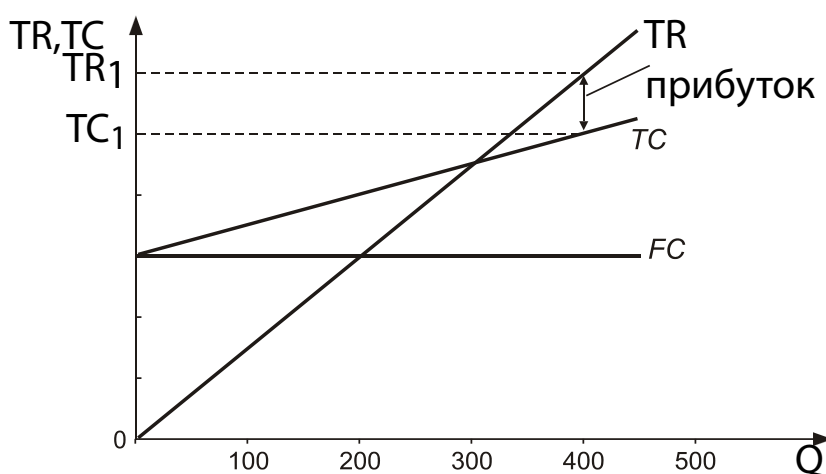


Рис. 4. Графік розрахунку ціни за методу цільового прибутку

де TC_1 — валові витрати;
 FC — постійні витрати;
 TR_1 — валові надходження;
 Q — обсяг продажів.

Оскільки валові витрати TC мають місце навіть у тому випадку, якщо фірма нічого не виробляє, то графічно вони являють собою пряму, паралельну осі обсягу продажів FC . Валові витрати ростуть із зростанням кількості реалізованої продукції, в той час як валові надходження TR будуть збільшуватися в міру продажу одиниці продукції, оскільки вони тісно пов'язані з ціною одиниці продукції. Якщо фірма прагне отримати прибуток їй необхідно продати, як мінімум, 400 одиниць товару.

Застосування методу беззбитковості при встановленні ціни вимагає його чіткого узгодження з прийнятою фірмою стратегією ціноутворення та отримання прибутку.

Визначення ціни з орієнтацією на попит, економісти, як правило, пов'язують з методом встановлення ціни з орієнтацією на рівень конкуренції на ринку. Ці методи характерні для вільних світових ринків, де товари реалізуються на торгах, біржах, аукціонах, тендерах. Такі ціни встановлюються на багатьох сировинних ринках, світових ринках продовольства, виробів дорогоцінних і напівкоштовних каменів, хутра, вовни, чаю, тютюну. За цінами з орієнтацією на попит і конкуренцію реалізуються машини й устаткування, замовлення на будівництво промислових об'єктів, при видачі замовлень на визначені роботи і т. п. Ціни на цих ринках багато в чому визначаються еластичністю попиту. Взаємозв'язок еластичності попиту, ціни і сукупної виручки наочно представлено на рис. 5 де P — ціна; Q — кількість; PQ — загальна виручка.

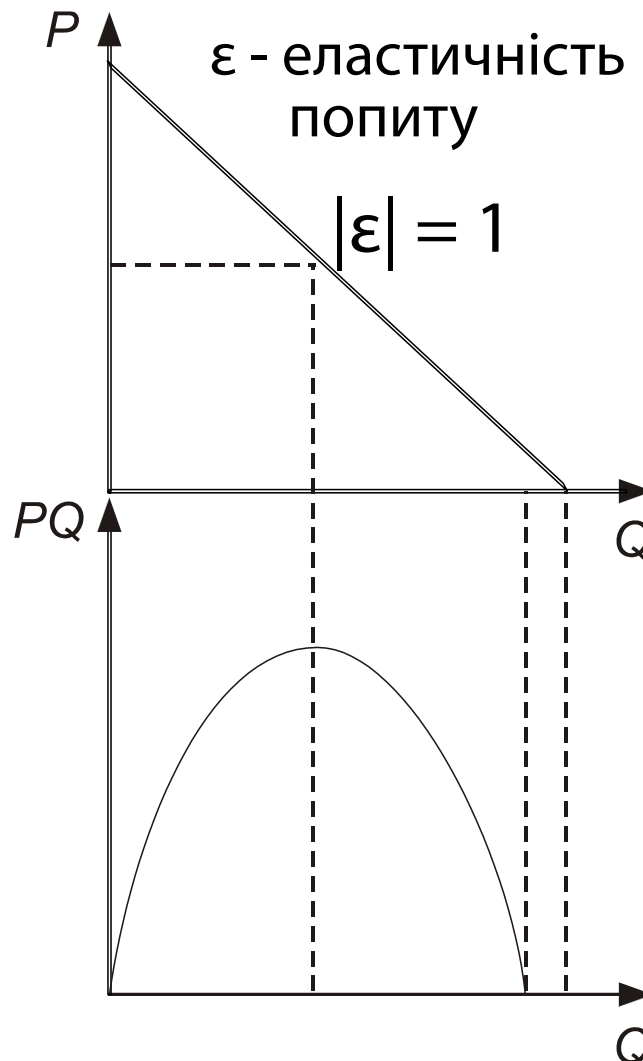


Рис. 5. Еластичність попиту, ціни і сукупної виручки

Таким чином, якщо попит на ринку носить еластичний характер, то при збільшенні ціни загальна виручка падає, а при зменшенні ціни — зростає. При одиничному попиті зростання і зниження ціни на товари величину загальної виручки не змінюють, в умовах еластичного попиту збільшення ціни веде

до збільшення загальної виручки, зменшення ціни — до зменшення загальної виручки.

Таким чином, в залежності від попиту та концепції ціноутворення слід визначати і рівень цін.

Реалізація стратегічних цілей цінової політики в світовій економіці в значній мірі залежить від стадії життєвого циклу товару. При впровадженні товару на ринку фірми, як правило, використовують політику «низьких цін» і «цін прориву».

У світовій практиці досить багато прикладів, коли фірми на новий товар встановлюють порівняно низьку ціну, щоб залучити покупців і завоювати велику частку ринку. Використовуючи ціну «прориву», фірми прагнуть здобути перемогу в конкурентній боротьбі, витіснити з ринку конкуруючі товари. Зайнявши монопольне становище, фірма скорочує витрати виробництва і в міру їх зменшення продовжує знижувати ціни.

На першому етапі впровадження «низької ціни» або «ціни прориву» фірми-експортери жертвують частиною прибутку. Однак, захопивши значну частку ринку, вони отримують прибуток за рахунок збільшення обсягу продажів. Йдучи на зниження доходу на одиницю товару, фірма отримує більшу сукупний прибуток за рахунок збільшення обсягу реалізованої продукції. У свою чергу, зростання обсягу продукції, що випускається дозволяє фірмі скорочувати витрати виробництва, збільшувати прибуток.

Однією зі складних проблем у маркетинговій діяльності підприємств, що працюють на експорт, є політика встановлення цін на новий товар-імітатор. Складність її полягають в наступному:

- споживач обережний при купівлі нового товару;
- відсутня або недостатня інформація про ринок нового товару, його апробації покупцями;
- труднощі прогнозування майбутньої кон'юнктури ринку і сприйняття споживачами товарів-імітаторів.

За даними економістів-міжнародників, на ринку споживчих товарів знає невдачі близько 2/5 новинок, на ринку промислових товарів — близько 1/5. Приблизно стільки банкрутств щорічно відбувається і на ринку послуг. Фірма, яка планує розробляти новий товар-імітатор, стикається, насамперед, з проблемою його позиціонування за кількістю та ціною. Ф. Котлер виділяє дев'ять варіантів кількісно-цінового позиціонування товарів-імітаторів. При цьому зазначає складність даного процесу, пов'язуючи її з невизначеністю і ризиком на світовому ринку.

У світовому ціноутворенні широко використовується політика «зняття вершків», яка пов'язана з продажем товарів-новинок, захищених патентами.

Продаж здійснюється за високими цінами, які включають витрати, середню і монополічний прибуток. Наприклад, фірма «Дюпон» на свої новинки встановлює найвищі ціни, в розрахунку тільки на окремі сегменти ринків. Через деякий час вона знижує ціну, тим самим залучаючи потік нових клієнтів.

В даний час стратегія «зняття вершків» отримала досить широке поширення. Її активно застосовують на монополістичному ринку, а також на стадії «впровадження» життєвого циклу товару. Застосування методу «зняття вершків» можливо: по-перше, при високому поточному попиті і великій кількості покупців; по-друге, при низьких витратах дрібносерійного виробництва.

Ціна «зняття вершків» має ряд переваг:

- дозволяє отримати більший прибуток, хоча на початковому етапі витрати виробництва також високі;
- підтримує образ високої якості товару, його іміджу у покупця;
- відлякує конкурентів;
- стримує купівельний попит;
- дає можливість легко виправляти помилки в ціні, оскільки покупці дуже чутливі до новинок.

Сучасні фірми-експортери використовують і такий метод, як «лідерство в цінах». Наслідуючи приклад однієї або декількох фірм, експортер прив'язує свій рівень цін до руху і рівню цін фірми-лідера на даному ринку по конкретному товару або укладає з ним угоду. Дана цінова політика дуже приваблива і вигідна для фірм, які слідуєть у фарватері, так як вони не роблять або не можуть проводити власні розробки цінової політики. Однак така політика надмірно сковує ініціативу підприємств. Використання її доцільно за умов реалізації однорідного або стандартизованого продукту.

На світовому ринку політику «цінового лідера» широко застосовують ТНК, які займають домінуюче становище у виробництві промислових і сільськогосподарських товарів.

У світовому ціноутворенні досить часто використовується і політика престижних цін, яка передбачає продаж товарів, що володіють унікальними властивостями, відомої фірми за високими цінами і високої якості.

На світовому ринку фірми-експортери досить успішно використовують і політику диференційованих цін, яка включає пільгові та дискримінаційні ціни в розрахунку на різні сегменти ринку, а також для стимулювання і стримування попиту. Застосовуються різноманітні знижки на кількість, якість, сезонні знижки, знижки постійним покупцям і т. п. Дані ціни називають ще дискримінаційними, оскільки здійснюються вони в різних формах і без урахування

різниці у витратах. Встановлюються ці ціни на товари за такими параметрами: з орієнтацією на сегменти ринку; з урахуванням товарів-субститутів; з урахуванням місцезнаходження і часу продажу товарів. Цінова дискримінація використовується по відношенню до некомпетентним покупцям і до покупців, вкрай зацікавленим у придбанні даного товару. Багато в чому дані ціни залежать і від політики взаємин між країнами. Ефективність диференційованих цін значною мірою визначається такими факторами, як можливість сегментації ринку, відсутність перепродажу товарів конкурентам.

Ціни можуть встановлюватися:

- у рамках товарного асортименту;
- на додаткові товари;
- на обов'язкові речі;
- на побічні продукти виробництва;
- за географічним принципом;
- залежно від внутрішньої і зовнішньої політики країни і т. п.

Тільки глибоко продумана політика цін в комплексі з усіма методами маркетингової діяльності фірм-експортерів дозволить ефективно вирішити триєдине стратегічну мету: збільшувати частки ринку, мінімізувати витрати виробництва і отримувати максимальний прибуток.

4. Методи внесення комерційних поправок

Від вибору правильної цінової політики залежить прибуток фірми, частка її ринку та інші виробничі і збутові показники. У свою чергу, цінова політика також визначається низкою факторів:

- часом впровадження на ринок нового товару;
- обсягом ринку, контрольований фірмою;
- конкуренцією на ринку;
- якістю товару;
- положенням фірми у відповідній галузі;
- державним втручанням у ціноутворення.

Однією з найважливіших проблем ціноутворення на світовому ринку є зміна ефективності цінової політики в ході життєвого циклу товарної марки, який характеризується тимчасовим поруч обсягів збуту товарів певної марки. Він відрізняється від більш загального поняття життєвого циклу продукту,

оскільки цінова еластичність попиту на продукт визначається прямий еластичністю попиту, а еластичність для окремої товарної марки є результатом прямої і перехресної еластичності.

Еластичність цін (рис. 6) визначається відсотковим зміною збуту в результаті зміни ціни і може порівнюватися за різним маркам товару.

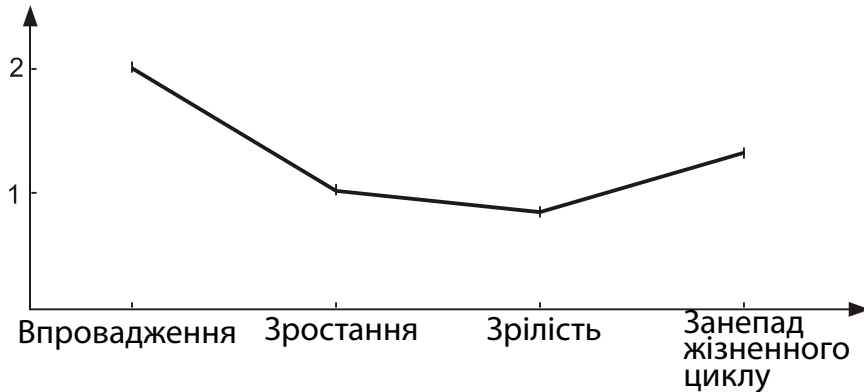


Рис. 6. Цінова еластичність

На підставі емпіричних досліджень цінової еластичності товарів різних марок економісти зробили наступні висновки:

- у зростаючих товарних марок норма зростання негативна;
- у застарілих марок — позитивна;
- цінова еластичність на ранніх фазах циклу більше, ніж на пізніх.

Економічна комісія ООН розробила спеціальну систему визначення фіксується цін шляхом ковзання, яка використовується при укладанні контрактів на товари, що вимагають тривалого терміну виготовлення, або які знаходяться під впливом таких факторів, як інфляція, зміна валютних курсів, або суттєво змінюються витрати їх виробництва (наприклад, будівництво суден, портів, підприємств, доріг і т. п.). У цих випадках ціна розраховується на поставку кожного товару окремо та у визначені терміни. Остаточна ціна P_1 визначається за формулою:

$$P_1 = \left(a + b \frac{M_1}{M_0} + c \frac{S_1}{S_0} \right),$$

де P_0 — базисна ціна, встановлена на момент підписання контракту;

M_1 — середня (арифметична або зважена) ціна (індекс ціни) на сировину та матеріали;

M_0 — ціна (індекс ціни) на сировину і матеріали на момент підписання контракту;

S_1 — середня (арифметична або зважена) зарплата (індекс зарплати);

S_0 — зарплата (індекс зарплати) на момент підписання контракту;
 a, b, c — коефіцієнти питомої ваги елементів ціни.

При розрахунках і встановленні світової ціни на товар або послугу важливе значення мають різного роду комерційні поправки:

- на виторгування;
- на термін поставки;
- на дату конкурентного матеріалу;
- на серійність;
- на умови платежу.

Поправка на виторгування. Використовуючи цінову інформацію про базисної ціни на певний товар, при угодах купівлі-продажу можливе застосування різного роду знижок. Якщо ціна пропозиції 120 умовних грошових одиниць, а знижка — 10%, то ціна в контракті складе 108 умовних грошових одиниць. Проблема полягає в тому, як визначити величину знижок, які залежать від численних факторів.

Поправка на дату поставки. Пов'язана з часовими періодами, відведеними на поставку або виробництво товарів. Застосовується в умовах мінливої ситуації на ринку: зростання інфляції та відсоткових ставок кредитів; знецінення національної валюти; зростання заробітної плати і т. п. Для розрахунку ціни товару можна використовувати формулу:

$$P_{dc} = P_{di} \cdot \frac{K_{dc}^c}{K_{di}^c},$$

де P_{dc} — ціна товару на дату укладання угоди;

P_{di} — ціна товару на дату отриманої інформації;

K_{dc}^c — індекс ціни товару на дату укладання угоди;

K_{di}^c — індекс цін товару на дату наявної інформації.

Поправки на серійність. Пов'язана з використанням у процесі виробництва та збуту товарів досягнень науково-технічного прогресу, що викликає зниження витрат на одиницю товару.

Поправка на умови платежу. Застосовується до платежу готівкою за допомогою дисконтування. Для цього кожен кредитний платіж множиться на коефіцієнт дисконтування K_d , який можна визначити за такою формулою:

$$K_d = \frac{1}{(1 + i)^n},$$

де i — відсотки, під які дан кредит;

n — число років, через яке виробляються платежі після укладення угоди.

Існує безліч та інших поправок при встановленні ціни на конкретні товари. Важливо в кожному випадку вміло використовувати їх, оскільки від цього багато в чому залежить обсяг реалізації товарів і послуг, частка ринку, а значить і прибуток фірми-експортера.

Лекція 6

Роль міжнародних та регіональних організацій і союзів в ціноутворенні на світовому ринку

Зміст

1. Міжнародні економічні організації, їх цілі та завдання	1
2. Світова організація торгівлі (СОТ), її функції і роль у світовому ціноутворенні	2
3. Втручання Міжнародного валютного фонду в ціноутворення	4
4. Комплекс принципів і правил ООН	7
5. Регулювання цін в Європейському Союзі	8
6. ОПЕК і ціни на нафту	10

1. Міжнародні економічні організації, їх цілі та завдання

За даними ООН система міжнародних організацій налічує більше 4000 організацій, з яких 300 — міжурядові. Більше 100 міжнародних організацій мають безпосереднє відношення до питань економічного регулювання цін, яке в основному стосується визначення світової економічної політики, цін, тарифних і податкових параметрів, процентних ставок, валютних курсів, демпінг і т. п.

Міжнародні економічні організації — це інститут багатосторонніх міждержавних відносин співробітництва, заснований на узгоджених його учасниками цілях і має для координації своєї діяльності постійні органи і координаційні ради.

Класифікація міжнародних організацій представлена на основі характеру виконуваних ними функцій. Хоча до даної проблеми немає однозначних підходів, більш правомірною є класифікація за наступними критеріями:

- Характеру членства і юридичною природою;
- Колу учасників;
- Колу компетенції;
- Характером повноважень;
- Умовам участі у членстві.

Деякі дослідники підрозділяють міжнародні організації на основі функціональних ознак:

- Консультативні групи країн;
- Універсальні міжнародні організації;
- Регіональні міжнародні організації;
- Банківські міжнародні організації.

Цілі і завдання міжнародних організацій визначаються тими функціями, які на них покладають країни-учасники.

До міжнародних організацій, які мають пряме відношення до світових цін, відносяться: Світова організація торгівлі, Міжнародний валютний фонд, Європейський Союз, Організація країн-експортерів нафти (ОПЕК) та ін.

Ціни на товари та послуги на світовому ринку перебувають під пильною увагою не тільки національних держав, а й таких міжнародних організацій, як СОТ, МВФ, МБРР, МАР, МАГАТЕ та різного роду союзів. Тому для експортерів дуже важливо знати механізм світового ціноутворення, умови та правила світової торгівлі.

2. Світова організація торгівлі (СОТ), її функції і роль у світовому ціноутворенні

У ціноутворенні на світовому ринку особлива роль належить Світової організації торгівлі, яка виступила спадкоємицею діючої з 1947 р Генеральної угоди з тарифів і торгівлі (ГАТТ) і почала свою діяльність з 1 січня 1995 головними завданням даної організації є регулювання торгово-політичних відносин учасників організації у сфері світової торгівлі на базі угод Уругвайського раунду; вона служить організаційно-правовою основою сучасної системи міжнародної торгівлі.

В даний час повноправними учасниками СОТ є 137 держав; близько 30 — мають статус спостерігача і знаходяться на різних стадіях приєднання до неї. Статус спостерігача СОТ мають також понад 60 міжнародних організацій, у тому числі МВФ, МБРР, ФАО, ВОІВ, ОЕСР, різні підрозділи ООН, регіональні угруповання, товарні асоціації і т. п.

Про значення і ролі СОТ у світових господарських зв'язках і розвитку світової торгівлі говорять наступні дані: на частку країн-членів організації припадає близько 92% світового товарообігу і 95% — торгівлі комерційними послугами. За півстоліття в результаті домовленостей, досягнутих країнами-членами організації в ході восьми раундів багатосторонніх переговорів, рівень тарифів у середньому знизився майже в десять разів, а середньозважений тариф на промислові товари в розвинених країнах склав близько 4%.

СОТ, будучи постійно діючою організацією, виконує наступні завдання:

- Наглядає за виконанням багатосторонніх торговельних угод;
- Проводить багатосторонні торговельні переговори;
- Сприяє вирішенню торговельних суперечок;
- Контролює розвиток міжнародної торгівлі та торговельної політики;
- Надає технічну допомогу при навчанні персоналу;
- Співпрацює з міжнародними організаціями з питань торговельної політики.

Особливе значення СОТ надає регулюванню світових цін на товари, послуги та інтелектуальну власність за рахунок тарифних, нетарифних та рамкових угод. Тільки в процесі функціонування ГАТТ (1947–1994 рр.) Було здійснено вісім раундів торгових переговорів, предметом яких були тарифні, нетарифні та антидемпінгові заходи щодо зниження митних тарифів і усуненню інших перешкод у міжнародній торгівлі. У результаті тарифне обкладання знизилося з 35 до 6%. На останньому Уругвайському раунді переговорів у рамках СОТ країни домовилися знизити тарифи на 120 видів товарів, тарифи на промислові товари зменшилися з 6,3 до 3,8% (на 40%), а режим безмитного ввезення товарів і послуг в країни, що розвиваються збільшився з 30 до 44%. Понад 40% імпорту товарів були звільнені від мит (фармацевтичне, будівельне, сільськогосподарське і медичне обладнання; сталь, меблі, ліс, папір, іграшки і т. п.).

Важливе значення для світового ціноутворення мало угода по сільськогосподарській продукції, яке передбачає тарифікацію всіх нетарифних бар'єрів на сільськогосподарську продукцію, що обмежують її доступ на внутрішні ринки. Згідно угоди, передбачається велике зниження тарифних ставок, а також використання «пов'язаних» тарифів.

Одним з досягнень Уругвайського раунду є домовленість про збільшення кількості «пов'язаних» імпортних тарифів (сторона приймає зобов'язання не збільшувати ставку імпортного тарифу понад встановлену межу). В даний час торгівля сільськогосподарською продукцією на світовому ринку здійснюється по «пов'язаним» тарифами: 99% — у країнах, що розвиваються, 73% — в розвинених і 98% — в країнах з перехідною економікою.

Крім тарифної політики СОТ надає важливого значення політиці за поданням всіма країнами-учасниками режиму найбільшого сприяння. Це означає, що якщо іноземний товар реалізується на внутрішньому ринку країни, до нього пред'являються однакові податки, технічні, санітарно-гігієнічні вимоги, як і на національні товари.

У той же час правилами СОТ передбачено широкий арсенал заходів щодо захисту внутрішнього ринку:

- Тимчасове обмеження імпорту певного товару у випадку, якщо його масштаби наносять або загрожують завдати серйозної шкоди національним товаровиробникам;
- Антидемпінгові, компенсаційні та захисні мита.

Необхідно відзначити, що розвинені країни широко використовують захисні заходи. Так, в 1950–1993 рр. вони вводилися 151 разів в 23 країнах світу, в тому числі 22 рази використовувалися США. Розслідування за звинуваченням інших країн у демпінгу тільки в 1993–1994 рр. проводилося 812 разів, у тому числі в США — 262 рази.

Сприяючи конкуренції, СОТ передбачає санкції, застосовувані до експортерам і країнам, які користуються несправедливими методами торгівлі, особливо за демпінговими цінами і експортних субсидій. Кодекс по субсидіях, прийнятий СОТ, забороняє пряме субсидування. Однак багато країн широко використовують як імпорнтне, так і експортне субсидування.

Захисті національних виробників служить експортне субсидування. Однак воно, як і імпорнтне, може мати зворотну реакцію: внутрішні ціни на імпорнтні товари можуть різко знизитися в результаті падіння ціни на них на світовому ринку. Таке явище в економічній літературі називається парадоксом Метцлера.

Таким чином, політика СОТ сприяє лібералізації в міжнародній торгівлі, обмеження дискримінації та сприяє розвитку конкуренції на світовому ринку, що сприяє зниженню рівня цін товарів і послуг, що реалізуються у світовій торгівлі.

Поряд зі Світовою організацією торгівлі в світовому ціноутворенні важливу роль відіграють міжнародні кредитно-фінансові інститути, серед яких особливе місце займають спеціалізовані установи ООН (МБРР, МФК, МАР, БАГІ, МВФ) і міжнародні організації регіонального характеру — регіональні банки розвитку (ЄББР, АЗБР, МАБР, АФЕ та ін.).

3. Втручання Міжнародного валютного фонду в ціноутворення

Міжнародний валютний фонд — це міжурядова організація, що здійснює міжнародне валютно-кредитне регулювання. МВФ, як і МБРР, був створений на основі Бретон-Вудської угоди 1944 р. Перед ними ставилася задача забезпечення консультацій і співпраці між країнами-членами з міжнародних проблем регулювання та координації валютно-фінансової діяльності. МБРР заснований як постійно діючий орган, який забезпечує створення сприятливих умов для

капіталовкладень, стимулювання міжнародних потоків довгострокових інвестицій, сприяння реконструкції і розвитку економіки країн-членів і т. п.

Діяльність МБРР і МВФ тісно взаємопов'язана:

- узгодження дій;
- обмін інформацією;
- розробка спільних програм;
- створення об'єднаних структур, спільних комітетів і т. д.

МВФ та інші міжнародні фінансово-кредитні установи використовують прямі і непрямі методи втручання у світове ціноутворення. МВФ встановлює конкретні процентні ставки, за певною ціною продає свої золотовалютні резерви, тобто прямо регулює ціни на валюту, золото та цінні папери. Що стосується непрямих методів, то тут необхідно зазначити вплив міжнародних інститутів на інфляцію і курси валют, казначейських кредитів, процентних ставок, від яких залежать ціни на експортовані та імпортовані товари і послуги. Кредити надаються на умовах, що припускають виконання зобов'язань у внутрішній економічній політиці (скорочення бюджетного дефіциту, інфляції, державного боргу строком на один–три роки і т. п.). В основу механізму кредитного обігу в МВФ покладені операції своп.

Основними функціями МВФ є:

- Нагляд за валютними курсами і макроекономічною політикою країн-членів, розвитком міжнародної економіки в цілому;
- Надання тимчасової фінансової допомоги країнам, що зазнають труднощі з погашенням своїх міжнародних боргів в результаті незбалансованості платіжних балансів;
- Технічна допомога урядам країн-членів МВФ в області державних фінансів, статистики, банківського регулювання і платіжного балансу.

У відповідності з основними цілями, функціями і принципами, МВФ надає особливого значення стабілізації валютних курсів національних валют і платіжних балансів. Коливання курсів валют роблять істотний вплив на економічний розвиток окремих країн і, особливо, на інфляцію. Зростання світових цін на нафту в 1973–1974, 1979–1980, 1998–1999 рр. привів до сплеску інфляції практично по всьому світу. З іншого боку, зростання цін на товари та послуги зробив істотний вплив на курси національних валют.

Сприяючи зміні номінального валютного курсу за допомогою адміністративних і фінансових методів, МВФ тим самим впливає на рівень світових цін. Стабілізуючи валютні курси національних валют, він створює об'єктивні

умови для зниження світових цін на товари та послуги забезпечує зростання обсягів світової торгівлі, оскільки при ревальвації валютного курсу ціни на імпорتنі товари, виражені в національній валюті, знижуються, а імпорт збільшується. І навпаки, девальвація курсу національної валюти призводить до зниження цін національних товарів на світовому ринку. Одночасно дешевшають національні активи та цінні папери, в результаті чого вони стають більш привабливими для іноземних інвесторів.

Зміна світових цін призводить до інфляції національної валюти. МВФ, при визначенні розмірів траншей тієї чи іншої країни, пов'язує їх з конкретними зобов'язаннями щодо стабілізації макроекономічних дисбалансів, в тому числі і щодо зниження інфляції. Зростання цін в чому залежить від грошового обігу та інфляції, оскільки сама інфляція може бути представлена як знецінення грошей. До факторів, що впливає на зростання цін і зухвалим інфляційне знецінення грошей, відносяться:

- монополізація економіки;
- функціонування кредитно-грошової системи;
- дефіцит державного бюджету.

Оскільки МВФ виконує три основні функції (нагляд, фінансова допомога та технічне сприяння), то кожна з них має пряме відношення до світового ціноутворенню.

Здійснення МВФ функції нагляду означає жорстке спостереження за валютними курсами країн-учасників фонду з метою своєчасного виявлення потенційно небезпечних макроекономічних дисбалансів. Встановлення твердого валютного курсу можливе при постійних внутрішніх цінах, тому і паритет купівельної спроможності валют передбачає рівність купівельної спроможності різних національних грошових одиниць при незмінному рівні цін у кожній з країн. Заходи, що вживаються МВФ щодо стабілізації національних валют, означають стабілізацію експортних та імпорتنих цін на світовому ринку.

Дуже важливу роль у світовому ціноутворенні відіграє фінансова допомога, що надається МВФ за рахунок власних ресурсів, яка використовується в інтересах підтримки платіжного балансу країни. Стабілізація платіжних балансів в прямому сенсі позначається на світових цінах, стимулюючи попит на імпорتنі товари. З 1988 р МВФ надає своїм членам спеціальні кредити, призначені на ліквідацію стихійних лих або різкого зростання на світовому ринку цін на зерно і т. п. Кредити надаються у формі продажу Фондом іноземної валюти на національну, а їх повернення — у формі викупу країною-позичальником національної валюти на іноземну.

4. Комплекс принципів і правил ООН

Важливе значення у світовому ціноутворенні має Комплекс принципів і правил обмежувальною діловою практикою (ОДП), схвалений Генеральною Асамблеєю ООН в резолюції 35/63 від 5 грудня 1980. Даний Комплекс визначає обов'язки окремих країн з розробки законодавств, забезпечених адміністративною та судовою захистом актів ОДП, в інтересах розвитку міжнародної торгівлі.

Під обмежувальною діловою практикою слід розуміти поведінку або дії окремих фірм або форми і методи господарської взаємодії групи фірм, які зловживають своїм панівним або домінуючим становищем на ринку, обмежують конкуренцію, не допускають на ринок сторонні фірми, використовуючи при цьому різні форми і методи.

Основними цілями і завданнями Комплексу принципів і правил є:

- ОДП не повинна перешкоджати здійсненню переваг, які випливають з лібералізації торговельного обміну, митних нетарифних обмежень;
- Підвищення ефективності міжнародної торгівлі шляхом створення, заохочення захисту конкуренції, контролю за концентрацією капіталу і нарощування економічної могутності фірм, заохочення нововведень та інновацій;
- Ліквідація монополізму у міжнародній торгівлі;
- Встановлення справедливого контролю за ОДП на світовому ринку.

Особливе значення ОДП надає проблемі використання ціноутворення в міжнародній торгівлі.

Правилами забороняється:

- Зловживання діями, що завдають шкоду конкурентам (використання цін нижче прейскурантних з метою усунення конкурентів);
- Фіксація цін або якості, а також дискримінаційні умови продажу та закупівлі товарів і послуг, включаючи способи фіксації цін в угодах між філіями ТНК, коли вони платять завищену або занижену ціни, а також використовують такі ціни в угодах між підприємствами, які не є філіями однієї ТНК;
- Встановлення цін, за якими експортовані товари можуть бути перепродані в країні-імпортері.

Таким чином, ОДП базується в основному на ціноутворюючих факторах, що надає однаковий справедливий підхід у міжнародній торгівлі всім її учасникам.

У сучасних умовах на світовому ринку особливу роль відіграють також регіональні угруповання та спілки. Практика і їхній досвід у регулюванні цін має важливе значення в розвитку цінових відносин країн.

5. Регулювання цін в Європейському Союзі

Однією з найбільш розвинених у світі інтеграційних угруповань виступає Європейський Союз. Його членство постійно розширюється. Становлення ЄС займає досить тривалий період: другу половину ХХ ст. На основі створених в 50-і роки трьох інтеграційних співтовариств — Європейського об'єднання вугілля і сталі, Європейського співтовариства з атомної енергії та Європейського економічного співтовариства, ЄС пройшов у своєму розвитку всі основні етапи інтеграційного процесу. Вищим досягненням є створення єдиного внутрішнього ринку і єдиної валюти (євро).

В даний час в ЄС ліквідовані всі тарифні і нетарифні обмеження у взаємній торгівлі товарами і послугами, усунені перешкоди на шляху руху капіталів і робочої сили. У країнах ЄС уведено взаємне визнання фінансових ліцензій, дипломів фахівців, ліквідовані національні обмеження імпорту промислових товарів із третіх країн, відкриті ринки державних закупівель для фірм країн членів союзу, введені мінімальні технічні вимоги до стандартів. Розрахунки між країнами здійснюються на основі єдиної валюти (євро).

Ціни в ЄС регулюються за допомогою прямого і непрямого втручання. Практично, створений такий механізм ціноутворення, який сприяє вирішенню основних проблем економічної інтеграції: функціонування єдиного внутрішнього ринку, єдиного економічного, валютного та митного союзів.

У країнах союзу особливе значення надається координації діяльності у сільськогосподарському виробництві. Узгодження аграрної політики дозволило країнам ЄС продавати свою сільськогосподарську продукцію за цінами, що значно перевищують середні світові (у деяких випадках на 30-40%). Закупівля сільськогосподарської продукції здійснюється тільки у фермерів союзу. Велика робота проводиться щодо стримування надвиробництва і підтримці національних фермерів.

Сутність єдиної сільськогосподарської політики країн ЄС полягає в узгоджених діях щодо забезпечення поставок сільськогосподарської продукції за стабільними цінами, підвищенню ефективності сільськогосподарського виробництва.

В ЄС запроваджено програми підтримки рівня цін на більшість сільськогосподарських продуктів (молочні, м'ясні продукти, бройлерів, цукор, пшениця, вино та ін.). Наприклад, підтримка рівня цін на масло показана на рис. 1.

Якщо уявити, що на західноєвропейських ринках відсутня програма підтримки рівня цін на молочні продукти, то на вільному ринку національним

фермерам довелося б конкурувати з імпортерами масла з багатьох країн, які реалізують свою продукцію за низькими світовими цінами P_W . В даному випадку імпорт ЄС склав би величину AB .

З метою підтримки місцевих фермерів держави ЄС створили спеціальні фонди для закупівлі масла за цінами, вищими за світові. Тим самим вони стимулюють внутрішній попит на експорт даного продукту на світовий ринок. У результаті країни ЄС з імпортерів масла перетворилися на його експортерів.

Для регулювання внутрішніх цін на Європейському ринку ЄС застосовує антидемпінгові заходи, вводячи антидемпінгові мита. Останні встановлюються тоді, коли експортні товари продаються за заниженими цінами або нижче «нормальної ціни», а також при нанесенні збитків виробництву товару в країнах ЄС. Ставки антидемпінгових мит фіксуються наступними способами:

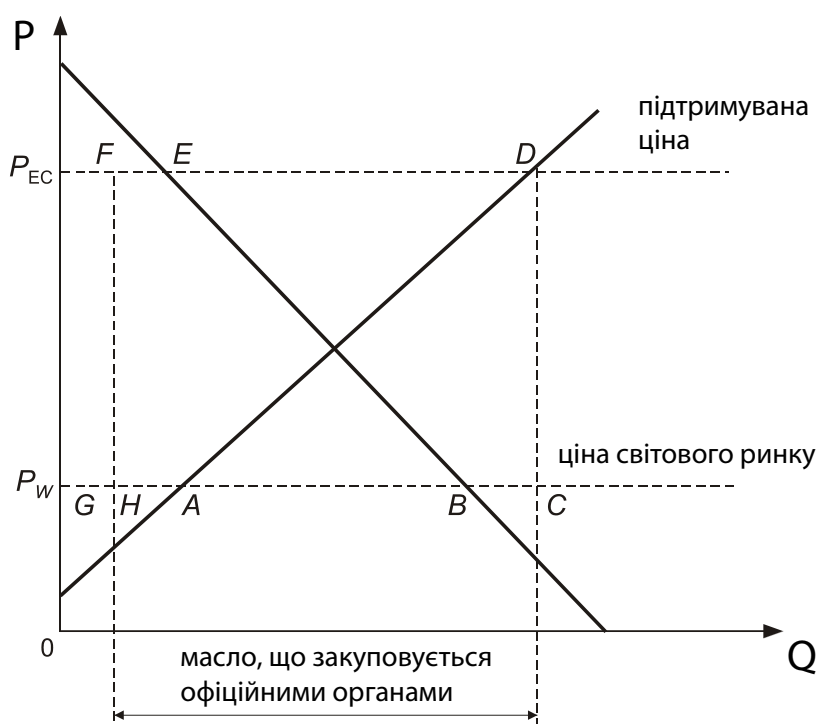


Рис. 1. Підтримка цін на олію в країнах ЄС

- У відсотках (від експортної ціни товару на кордоні ЄС до сплати мита);
- В євро (за одиницю товару на певний період часу);
- У вигляді різниці між експортною ціною на кордоні ЄС і встановленою Комісією ЄС «нормальною ціною» товару.

Антидемпінгові мита вводяться на строк до п'яти років і відіграють важливу роль у ціноутворенні в рамках ЄС. Вони стимулюють експорт національних виробників у вивезенні своєї продукції на світовий ринок.

У регулюванні цін важливе значення має антидемпінгове законодавство на імпорт товарів до країн ЄС. На багато сировинних товарів встановлений безмитний імпорт.

6. ОПЕК і ціни на нафту

У світовому ціноутворенні важливу роль відіграють міжурядові організації країн-виробників і експортерів сировини, які виступають в якості противаги існуючій системі організації споживачів на світових ринках факторів виробництва. Свій бурхливий розвиток дані організації отримали в 60-х роках ХХ ст. Вони створювалися по ініціативи країн, що постачають на світовий ринок сировинні товари і переслідували наступні цілі:

- Зміцнення національного контролю над природними ресурсами;
- Стабілізація цін на світових сировинних ринках.

В даний час країни, що входять в товарні асоціації, виробляють близько 20% загального обсягу світового експорту, а питома вага їх у поставках тільки промислової сировини і продовольства становить приблизно 55% на світовому ринку. По окремих сировинним товарам вони займають у виробництві та експорті товарів домінуюче становище — від 80 до 90%. Так, питома вага Організації країн-експортерів нафти (ОПЕК) у виробництві та реалізації на світовому ринку нафти становить, відповідно, 50 і 80%; Асоціація країн-виробників олова (АТПК) — 90%; коксове співтовариство країн-виробників натурального каучуку (АНРПК) — 90%; Азіатське співтовариство по перцю (ЕППК) — 80%.

Незважаючи на величезну кількість міждержавних асоціацій, реальний вплив на світове ціноутворення надає невелике число організацій. Серед них країни-члени ОПЕК.

Організація країн-експортерів нафти (ОПЕК, від англ. Organization of Petroleum Exporting Countries) створена в 1960 р. на конференції в Багдаді. Її засновниками з'явилися шість країн: Венесуела, Іран, Ірак, Кувейт, Лівія, Саудівська Аравія.

Надалі до складу ОПЕК увійшли країни, нафтовидобувні і експортують нафту на світовий ринок, — Алжир, Габон, Індонезія, Катар, Нігерія, ОАЕ.

Економічне піднесення ОПЕК почався після десятирічного існування організації. Це сталося на початку 70-х років, коли міждержавний картель виступив ініціатором перегляду у бік підвищення як рівня офіційних цін на нафту, так і частки прибутків.

У подальшому ці вимоги висувалися і реалізовувалися неодноразово, оскільки вони відповідали основним цілям організації.

Основні економічні цілі ОПЕК:

- Координація та уніфікація нафтової політики країн-членів;
- Визначення найбільш ефективних та індивідуальних засобів захисту їх інтересів;
- Використання необхідних засобів і способів забезпечення стабільності цін на світовому ринку нафти;
- Забезпечення стійкості доходів країн-виробників нафти;
- Отримання справедливих доходів від інвестицій у виробництво нафти;
- Співпрацю з країнами-нечленами ОПЕК з метою реалізації ініціатив щодо стабілізації світового ринку нафти.

ОПЕК переслідує не тільки економічні, але й політичні цілі, а також цілі з охорони навколишнього середовища.

Країни ОПЕК виробили досить чіткий механізм контролю за ціною і видобутком нафти. Будь-яке зниження її ціни на світовому ринку, як правило, супроводжується зменшенням її видобутку. У результаті попит на нафту зростає, а значить і зростає ціна. Про ув'язці політики цін, витрат і прибутку у картелі ОПЕК можна простежити на рис. 2.

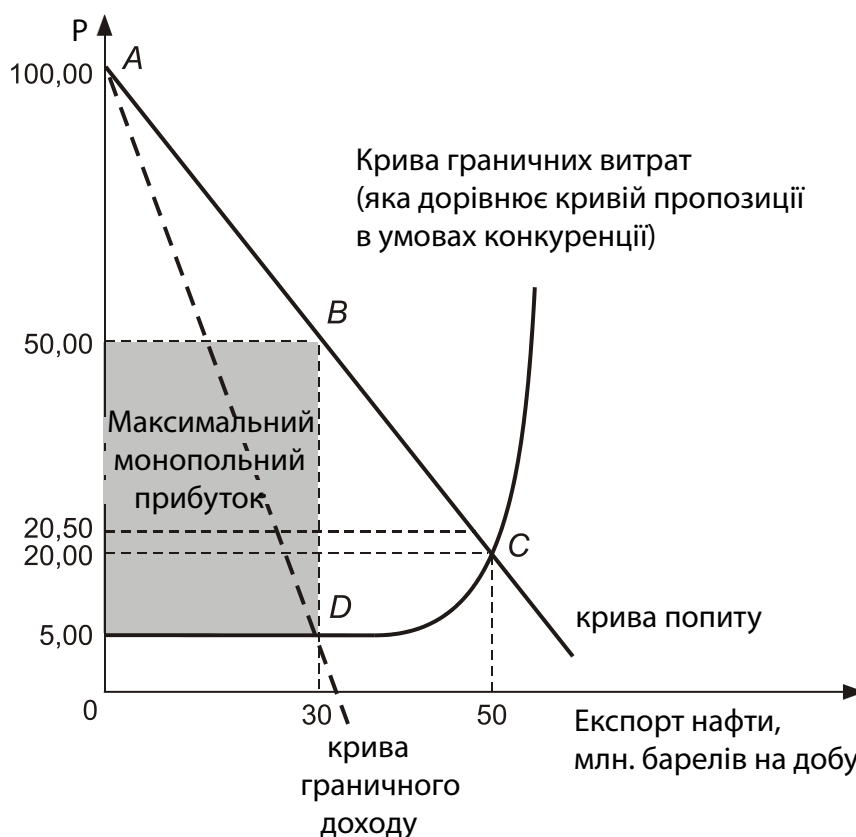


Рис. 2. Взаємозв'язок ціни, витрат і прибутку у картелі ОПЕК

Витрати видобутку нафти в країнах ОПЕК істотно відрізняються від витрат в інших нафтовидобувних країнах. Наприклад, на початку 2002 р. вартість ви-

добутку одного бареля нафти в Саудівській Аравії дорівнювала всього 1 дол., У той час як по всьому світу вона становила приблизно 10 дол. У цей час світова ціна за барель нафти перебувала на рівні 18,5 дол. Країни-члени ОПЕК, які добувають 40% світової нафти і експортують на світовий ринок понад 50%, як монополісти можуть диктувати світову ціну. Зменшуючи видобуток нафти з 50 до 30 млн. барелів на добу (див. рис. 2), Вони збільшують ціну з 20 до 50 дол., забезпечуючи собі колишній обсяг прибутку. Маніпулюючи ціною на нафту в бік зниження, країни-члени ОПЕК збільшують попит, а значить і продаж нафти, оскільки крива їх граничних витрат не перевищує рубіж в 5 дол. за барель. Головною проблемою для цих країн є наступна: при якому розриві між сумарною валютною виручкою від експорту нафти і сумарними витратами видобутку нафти, можна отримати максимальний монопольний прибуток?

Лекція 7

Ціноутворення на світових товарних ринках

Зміст

1. Міжнародна торгівля: сутність, теорії	1
2. Кон'юнктура на світових товарних ринках	3
3. Товарна структура світового експорту	4
4. Темпи зростання світового експорту за вартістю і фізичному обсягу . .	6
5. Світовий ринок сировини і ціни	9
6. Ціноутворення на світовому ринку продовольства	12

1. Міжнародна торгівля: сутність, теорії

Ціноутворення на світовому ринку пов'язано з міжнародною торгівлею.

Міжнародна торгівля являє собою сферу міжнародних товарно-грошових відносин, заснованих на купівлі-продажу товарів і послуг між країнами.

Міжнародна торгівля є найважливішим засобом розвитку спеціалізації, підвищення продуктивності праці, ефективного використання ресурсів, прискорення науково-технічного прогресу і забезпечення економічного зростання за рахунок ефекту масштабу.

В основі міжнародної торгівлі лежать дві основні причини:

- Країни істотно відрізняються один від одного за своєю економічною забезпеченості. Природні, людські, інвестиційні ресурси вкрай не рівномірно розподіляються між ними;
- Ефективне виробництво товарів потребує вирішення проблеми використання різних технологій чи комбінацій ресурсів: раціональне ведення господарства, споживання певної кількості обмеженого ресурсу для одержання найбільшого сукупного обсягу виробництва, щоб будь-який конкретний товар вироблявся в країні, що має порівняльні переваги.

В економічній літературі є чимало різних теорій оцінки ефективності світової торгівлі:

- меркантилістична;
- абсолютних переваг;

- порівняльних переваг;
- взаємного попиту;
- співвідношення факторів виробництва.

Меркантилістична теорія виникла на етапі розкладу феодального ладу і становлення капіталізму. Вона пов'язана з товарним характером виробництва, з купівлею і продажем. Представники школи Т. Ман, Ш. Давенант, В. Петті дотримувалися статистичних поглядів на світ, який з їх точки зору розпорядженні лише обмеженими багатствами, тому одна країна могла збагатитися лише за рахунок іншої країни, а, отже, основою багатства могла бути тільки торгівля. Заслуга меркантилістів полягає в тому, що вони вперше підкреслили значущість міжнародної торгівлі, звернули увагу на необхідність державного втручання, описали торговельне сальдо, показали пряму взаємозв'язок зовнішньої торгівлі з внутрішньоекономічним розвитком країни.

«Лессе-фер» - школа, яка послідовно переслідувала політику державного невтручання в економіку і свободи конкуренції. Її родоначальником був відомий економіст А. Сміт, який бачив у міжнародній процесі торгівлі не придбання золота, а розвиток виробництва за рахунок поділу праці та її кооперації.

Теорія абсолютних переваг базується на витратах виробництва експортних товарів. Її сутність полягає в наступному: країни на світовий ринок експортують ті товари, які вони виробляють з меншими витратами, а імпортують ті товари, які виробляють з великими витратами. Цим пояснюється і той факт, що світові ціни на окремі товари, як правило, нижче національних.

Теорія порівняльних переваг заснована на теорії абсолютних переваг. Однак її відміну від першої полягає в тому, що міжнародна торгівля вигідна кожній з країн, навіть якщо ні одна з них не володіє абсолютною перевагою в виробництві конкретних товарів. В основі даної теорії лежить альтернативна ціна (робочий час, необхідний на виробництво одиниці одного товару, виражений через робочий час, необхідний на виробництво іншого товару).

Теорія взаємного попиту полягає в тому, що ціна імпортного товару визначається через ціну товару, який потрібно експортувати, щоб оплатити імпорт. Кінцеве співвідношення цін при світовій торгівлі визначається внутрішнім попитом на товари в кожній з торгуючих країн.

Теорія співвідношення факторів виробництва - одна з неокласичних теорій, представники якої пояснюють необхідність міжнародної торгівлі різним рівнем забезпеченості країн факторами виробництва, від чого виникають істотні відмінності у відносних цінах.

Таким чином, перераховані теорії з різних точок зору обґрунтовують необхідність і ефективність світової торгівлі, як найважливішого чинника економічного прогресу, прискорення темпів економічного зростання світового господарства і процесів інтернаціоналізації економіки.

2. Кон'юнктура на світових товарних ринках

Останні два десятиліття ХХ ст. світова система господарства розвивалася досить стабільно, хоча в окремі роки вона відчувала на собі серйозні впливу фінансових криз і інших соціально-економічних аномалій. В середньому за 1982–2000 рр. темпи приросту світового ВВП в постійних цінах становили 3,3% (табл. 1).

Табл. 1. Темпи зростання світової економіки, %

Країни	Частка у світовому ВВП, 1999 г.	Темпи приросту ВВП до попереднього року в середньому				
		1982-1999 рр.	1997 р.	1998 р.	1999 р.	2000 р.
Весь світ	100	3,3	4,1	21,5	3,3	4,2
Розвинуті країни	53,9	2,9	3,3	2,4	3,1	3,6
США	21,9	3,2	4,2	4,3	4,2	4,4
ЄС	20,3	2,3	2,6	2,7	2,3	3,2
Японія	7,6	2,7	1,6	-2,5	0,3	0,9
Нові індустріальні країни Азії	3,3	6,6	5,8	-2,3	7,7	6,6
Країни, що розвиваються	36,8	4,9	5,8	3,2	3,8	5,4
Країни з перехідною економікою	5,8	-0,9	1,7	-0,7	2,4	2,6

В основному зростання світової економіки забезпечений за рахунок США, країн Європейського союзу і країн, що розвиваються. Необхідно відзначити, що в США триває найтриваліший за останні післявоєнні роки підйом економіки. Спостерігається він і в західноєвропейських країнах, хоча в останні роки темпи зростання ВВП тут мають тенденцію до зниження. Значно покращився економічне становище і в країнах, що розвиваються. Подолавши в 1998 економічний спад, країни, за прогнозами експертів МВФ, на початку нового тисячоліття повинні поліпшити свою економічну кон'юнктуру.

Таким чином, в останнє десятиліття світова економіка розвивалася за рахунок економічної кон'юнктури в розвинених країнах, розширення світової торгівлі, зниження інфляції і зростання ділової активності в нових індустріальних країнах.

Поліпшення кон'юнктури світових товарних ринків обумовлено наступними факторами:

- зростанням попиту на енергоносії (високі темпи зростання цін на енер-

- гоносії призвели до підвищення цін на багато інші сировинні товари);
- поліпшенням ділової активності в східній Азії, в інших нових індустріальних країнах і деяких державах з перехідною економікою, що призвело до збільшення прямих інвестицій, а це в свою чергу стимулювало попит на товари інвестиційної групи - машини, обладнання та будматеріали;
 - використанням у виробництві сучасних технологій і досягнень науково-технічного прогресу;
 - боротьбою з інфляцією і її придушення в багатьох країнах;
 - низький рівень процентних ставок сприяли стабілізації сфери житлового будівництва і пов'язаних з ним галузей виробництва.

Однак аналіз окремих товарних ринків свідчить про те, що на ринках чорних і деяких кольорових металів, окремих видів хімічної продукції, вугілля, цукру, бавовни, іншого сільськогосподарської сировини і багатьох товарів обробної промисловості збереглася нестабільність і значні коливання кон'юнктури ринку, особливо в ціноутворенні.

3. Товарна структура світового експорту

Світовий ринок являє собою досить величезну кількість товарів і послуг. Розглянемо торгівлю і ціни тільки на ринках промислових виробів, продукції сировинного комплексу, продовольства. В економічній літературі зустрічаються різні підходи в діленні ринків за товарними групами:

- ринок базових товарів (продукція сировинного комплексу та продовольчих товарів);
- ринок середньо- і низькотехнологічних, в основному, трудоінтенсивних готових виробів і напівпродуктів;
- ринок високотехнологічної продукції.

Але найчастіше світовий ринок ділять за такими товарними групами:

- ринок сільськогосподарської продукції;
- ринок продукції видобувних галузей;
- ринок готових виробів.

Характерна особливість світового ринку - велика рухливість експорту та імпорту за основними товарними групами. Лібералізація в торгівлі дозволила забезпечити випереджаюче зростання обсягів міжнародної торгівлі порівняно

із зростанням світового виробництва. Так, за даними СОТ, в 1948–2000 рр. середньорічні темпи приросту міжнародної торгівлі склали приблизно 6%, а обсяги світового виробництва — всього 3,7%.

Табл. 2. Темпи приросту обсягів світового експорту товарів і виробництва за основними товарними групами, %

Світовий експорт товарів і виробництво	1990-1998 рр.	1995 р.	1996 р.	1997 р.	2000 р.
Експорт товарів	6,5	9,0	6,0	10,0	12,4
сільськогосподарська продукція	4,0	4,5	4,5	5,2	7,2
продукція видобувних галузей	5,5	9,0	6,0	8,5	12,7
готові вироби	7,0	9,0	6,0	11,5	14,2
Виробництво	2,0	3,0	3,0	4,5	3,4
сільське господарство	2,0	2,0	3,5	2,5	2,1
видобувна промисловість	2,0	2,0	2,5	3,5	3,3
обробна промисловість	2,0	3,5	3,0	5,5	2,3
Світовий ВВП	2,0	3,5	3,0	4,5	3,4

Дані табл. 2 показують, що цей розрив особливо характерний для 90-х років ХХ ст. Так, світовий експорт товарів склав у 1990–1998 рр. 6,5%, а світове виробництво — всього 2,0%. В окремі роки експорт товарів і виробництво різняться ще значніше.

Показники дозволяють виявити й іншу закономірність у світовій торгівлі: випереджаюче зростання експорту готових виробів за порівняно з іншими групами товарів. За даними СОТ за останню половину ХХ ст. торгівля готовими товарами зросла більш ніж в 30 разів і становить приблизно 80%. При абсолютному зростанні експорту продукції сировинного комплексу і продовольства їх питома вага в загальному обсязі зменшився з 27,5 до 11,6% — на продукцію сировинного комплексу і з 21,8 до 8,4% — на продовольство.

Істотні зміни зазнала і географічна структура міжнародної торгівлі, яка представляє собою розподіл товарних потоків між окремими країнами та їх групами, виділеними або за територіальною, або за організаційною ознакою (табл. 3). Виявлена наступна закономірність: перевага на користь експорту готовими виробами спостерігається абсолютно по всіх групах країн. У розвинених країнах експорт готовими виробами з 1980 р. по 2002 р. збільшився з 70,9% до 80,8%, що розвиваються — з 19,5% до 72,5%, в країнах Центральної та Східної Європи — з 75,0% до 80,1% і в країнах СРСР/СНД — з 24,8% до 42,3%. В основному готовими виробами торгують розвинені країни.

Проаналізувавши зрушення у товарній структурі світового експорту, можна зробити висновок про те, що кон'юнктуру світового ринку визначає тор-

Табл. 3. Товарна структура експорту по групах країн, %

Країни	Рік	Продовольство	Сільськогосподарська сировина	Руди і метали	Паливо	Готові вироби
Розвинені країни	1980	11,3	3,6	5,0	7,0	70,9
	1990	8,9	2,8	3,2	4,2	77,9
	2002	7,0	1,0	2,4	3,2	80,8
Країни, що розвиваються	1980	11,8	3,8	3,8	59,7	19,5
	1990	11,6	3,1	3,1	26,6	53,6
	2002	8,1	3,2	2,1	14,2	72,5
Центральна і Східна Європа	1980	10,6	2,9	2,9	8,1	75,0
	1990	10,2	2,5	2,5	5,9	73,9
	2002	8,7	2,1	2,1	4,2	80,1
СРСР / СНД	1980	1,8	5,5	5,5	47,0	24,8
	1990	2,1	7,6	7,6	52,7	24,8
	2002	2,4	6,8	7,2	35,8	42,3

гівля готовими виробами, на частку яких припадає приблизно 4/5 світової торгівлі. Все це в значній мірі впливає на стабільність світових цін на основні експортні та імпорتنі товари.

Таким чином, товарна структура світового ринку характеризується випереджаючими темпами зростання світової торгівлі по порівняно зі світовим виробництвом товарів, а також істотними змінами в структурі світового товарного поповнення на користь готових виробів.

Значні зміни відбулися і в географічній структурі світової торгівлі. Все більше і більше в її питомій вазі займають що розвиваються, включаючи країни з перехідною економікою. Перш за все, до них відносяться азіатські країни, в яких спостерігаються стійко високі темпи економічного зростання (Китай, Індія, Тайвань, Шрі-Ланка, Індонезія, Таїланд, Малайзія та ін.).

4. Темпи зростання світового експорту за вартістю і фізичному обсягу

Розглядаючи світову торгівлю, дуже важливо виділити ще одну закономірність, яка характеризує світове ціноутворення: випереджаюче зростання фізичного обсягу світового експорту по порівнянні з вартісним (табл. ??).

Аналіз світової економіки показує, що фізичний обсяг світового виробництва перевищує вартісний. Особливо це характерно для країн Західної Європи, де розрив між темпами зростання фізичного і вартісного обсягів експорту значний.

Випереджаюче зростання фізичного обсягу світового експорту по порів-

Табл. 4. Темпи зростання світового експорту по основних групах країн,% до попереднього року

Країни	Роки						
	1980-1990	1990-2000	1997	1998	1999	2000	2001
все	6,0	6,6	3,5	-1,8	3,7	12,4	-3,6
Розвинені	7,5	5,5	2,3	0,6	1,9	7,0	-3,4
Розвиваються	3,2	9,1	6,4	-7,0	8,6	23,4	-5,1
Країни Східної Європи	2,1	8,8	3,4	-3,3	-0,6	24,6	6,9
Розвинені країни Америки	6,0	7,5	9,2	-0,7	4,9	12,5	-6,3
Канада	6,8	8,3	6,3	0,0	11,3	16,0	-6,1
США	5,7	7,3	10,2	-1,0	2,9	11,3	-6,4
Розвинені країни Азії	8,9	4,4	2,8	-7,3	8,3	14,7	-15,2
Японія	8,9	4,1	2,4	-7,8	8,1	14,3	-15,8
Розвинені країни Європи	7,9	5,1	-0,5	3,4	-0,3	3,0	0,3
Південна Америка	2,3	6,9	7,8	-7,7	-1,5	20,5	-2,0
Країни, що розвиваються Африки	-2,7	3,5	0,1	-16,8	13,1	31,5	-2,4
Країни, що розвиваються Азії	4,7	9,5	6,1	-7,8	9,1	23,8	-5,9
Китай	12,8	14,5	21,0	0,4	6,3	27,7	6,8

нянні з вартісним характеризує дуже важливу тенденцію світового ціноутворення: зниження світових цін на товари та послуги як в розвинених, так і країнах, що розвиваються.

Для аналізу світового ціноутворення, а так само кон'юнктури світових ринків важливо знати умови світової торгівлі, які висловлюють взаємозалежність, засновану на зміні відносних цін.

Умови торгівлі, як економічна категорія, є співвідношення експортних та імпортних цін певного товару, країни в цілому, групи країн (рис. ??).

Співвідношення кривих відносного пропозиції товарів на експорт і відносного попиту на імпорт дозволяє зробити наступний висновок:

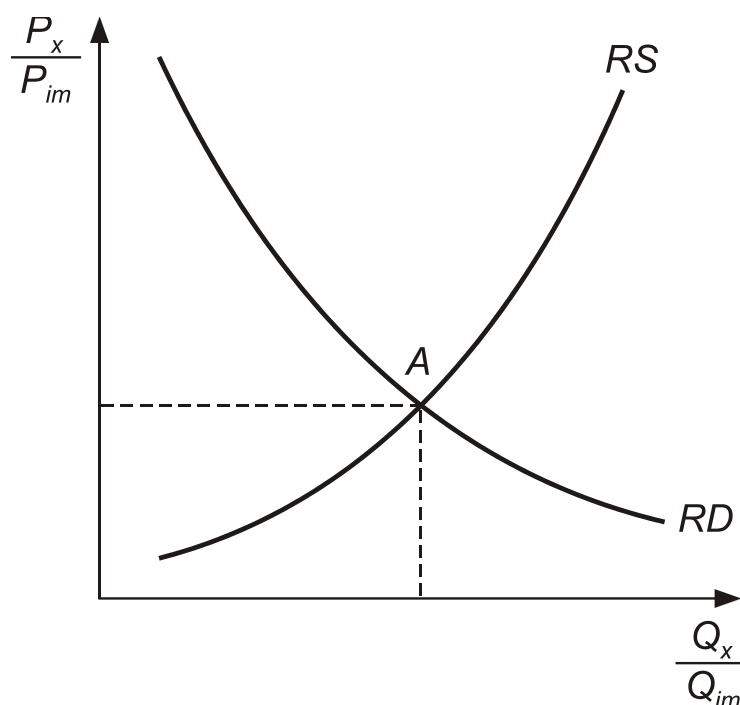


Рис. 1. Умови світової торгівлі

- P_x — індекс експортних цін;
- P_{im} - індекс імпортних цін;
- Q_x - кількісний обсяг експорту;
- Q_{im} - кількісний обсяг імпорту;
- RS - відносне уявлення товарів на експорт;
- RD - відносний попит на імпортні товари

- при зростанні відносної сукупної ціни експортних товарів відносний кількісний обсяг експорту в порівнянні з кількісним обсягом імпорту збільшується;
- розташування кривої щодо попиту на імпортні товари показує зворотну залежність: при зростанні відносної ціни імпорту відносний попит на імпортні товари скорочується.

5. Світовий ринок сировини і ціни

Ціноутворення на світовому ринку сировинними товарами знаходиться під впливом безлічі різних чинників:

- кризових спадів і підйомів світового виробництва;
- державного протекціонізму;
- фінансового становища країн;
- скорочення попиту на окрему сировинну продукцію.

Всі разом узяті веде до зниження цін на багатьох сировинних ринках.

Якщо в 1955 р. торгівля сировинними товарами займала майже половину світового товарообігу, то в 2000 р. вона склала менше 20%. А якщо виключити продовольчі товари, то питома вага сировини в загальному обсязі світового експорту дорівнював менше 11%. Причиною стало розвиток більш високими темпами міжнародної торгівлі готовими виробами, а також раціональне використання сировинних ресурсів розвиненими країнами.

Не вдаючись у деталі ціноутворення на всі види сировини на різних світових ринках, зупинимося на ринках паливно-енергетичного комплексу і продовольства.

Особлива роль у світовій системі господарства належить паливно-енергетичного комплексу: виробництво і споживання нафти, газу, вугілля; ядерні та енергоресурси. В даний час світовий обсяг паливно-енергетичних ресурсів перевищує 20 000 млн. т. умовного палива. У структурі споживання основне положення зберіглося за паливно-енергетичними ресурсами органічного походження — більш 94%; потім енергія АЕС, ГЕС і поновлюваних джерел.

Коливання цін на паливно-енергетичні ресурси в значною мірою впливають на світову економіку в цілому. Оскільки в загальному обсязі виробництва і споживання первинних енергоресурсів займають нафта, вугілля і газ, остільки ціни на них визначають не тільки кон'юнктуру даного комплексу, а й всієї економіки. На відміну від ринку машин і устаткування або ринку готових виробів, ціни на паливно-енергетичних ринках залежать від коливань попиту та пропозиції.

Особливо це характерно для нафтового ринку. Якщо в 1996-1997 рр. на світових ринках нафти зберігався досить стійкий баланс між попитом і пропозицією, то й ціни були досить стабільними і на високому рівні (табл. 5).

Проте вже до кінця 1998 р нафта подешевшала в два рази по порівнянню з вищим рівнем, досягнутим у жовтні 1996 р Ціна знизилася до гранично низького рівня - 8-10 дол. за барель, що сильно позначилося на економіці нафтовидобувних країн. Причиною такого різкого падіння цін на нафту стало

Табл. 5. Експортні ціни на нафту

Роки	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Ціна, дол. За 1 т.	146	134	80	129	197	163	130
До попереднього року, %	100	91,8	59,7	161,2	136,8	82,7	79,8

рішення черговій конференції країн ОПЕК (листопад 1997 р.) підвищити квоту видобутку нафти з першого січня 1998 на 123 млн. т. в річному численні. Однак учасники конференції не врахували, що підвищення не порушить баланс між попитом і пропозицією, а також, що додаткова нафта знайде збут в країнах зі швидко економікою, що розвивається.

Різке зниження світових цін на нафту стало причиною скорочення її видобутку. Наприклад, продаж нафти за ціною 8 дол. за барель ставала нерентабельною для Росії. Стихійне скорочення видобутку нафти відбулося в США та інших країнах. Крім того, країни ОПЕК домовилися про зменшення видобутку нафти з першого квітня 1999 р. Цю ідею підтримали Мексика, Норвегія, Оман, Росія. У результаті цих заходів різко впало виробництво нафти, і зріс попит, що в свою чергу зумовило зростання цін.

Ціноутворення на світовому ринку нафти перебуває під впливом наступних факторів:

- ціни дуже сильно залежать від попиту та пропозиції: зростає попит — підвищуються ціни;
- попит нееластичний — ціни падають;
- світові ціни багато в чому залежать від регулюючої ролі країн ОПЕК та інших нафтовидобувних держав, які можуть сильно впливати на попит і пропозицію через обсяги видобутку нафти;
- кон'юнктура світового ринку на нафту визначається станом світової економіки в цілому: якщо світова економіка знаходиться на підйомі, то і ціни на нафту зростають; в умовах кризового стану економіки ціни на нафту падають;
- на світові ціни впливають сезонність року і кліматичні умови.

Основна маса нафти реалізується на Лондонській нафтовій біржі.

Аналіз даних табл. 6 свідчить про те, що ціни на нафту не залежать від умов видобутку, як, скажімо, ціни на вугілля та іншу сировинну продукцію даної групи. Собівартість видобутку нафти в Саудівській Аравії становить приблизно 1 дол. за барель, а в Росії — вона вища більш ніж у десять разів.

Табл. 6. Ціни світового ринку на нафту, дол. За барель

Найменування і характеристика продукції	Роки		
	2000	2001	2002 (лютий)
Північноморська Фортіс	28,49	24,59	19,92
Північноморська Brent суміш	28,42	24,47	20,26
Аравійська легка	27,47	22,70	18,85
Аравійська важка	25,94	21,81	18,10
Іранська легка	26,24	22,83	19,12
Бонні лайт, Нігерія	28,37	24,53	20,24
Уральська (Росія), ринок спот, фобАРТ	26,94	23,02	18,85

Ціни на світовому ринку нафти знаходяться під контролем картелю ОПЕК і роблять дуже сильний вплив на розвиток західної економіки в цілому. Експерти ОЕСР відзначили, що в разі скорочення середніх імпортних цін на сировину в країнах-членах організації на рівні 22 дол. за барель, розрахункові збитки на рік країн-імпортерів нафти склали б близько 80 млрд. дол. або 1/2 їх сумарного ВВП. Тому вони приймають жорсткий політичний тиск на країни ОПЕК в цілях збільшення квот видобутку і зниження цін.

У 2002 р. у світі споживалося близько 4000 млн. т. вугілля. Основні його постачальники на світовий ринок - Китай, Польща, Росія, Колумбія і Індонезія. Конкурентна боротьба між цими країнами загострюється, оскільки пропозиція вугілля перевищує його попит. Незважаючи на високу кон'юнктуру з боку ринку рідких вуглеводнів, світовий ринок вугілля залишається стабільним.

У результаті загострення конкурентної боротьби на світовому ринку вугілля, ціни на нього мають загальну тенденцію до зниження. Про це свідчать і нові довгострокові контракти на поставку енергетичного вугілля, які укладені з пониженням цін. Середній рівень цін енергетичного вугілля в Європі знаходиться в межах 30,5 дол. за тону.

У Європі основними постачальниками вугілля є польські компанії, які в умовах низької кон'юнктури для збуту свого вугілля змушені знижувати ціни. Тому компанії інших країн слідує в форварді. Дана тенденція зниження цін на світовому ринку вугілля, як передбачають економісти, стабілізується на низькому рівні і буде продовжуватися.

Значне місце в загальному споживанні енергоносіїв займає видобуток і споживання газу. Його частка постійно зростає і в 1999 р. склала 24% у загаль-

ному обсязі споживання енергоносіїв; відношення запасів газу до видобутку в світі дорівнювало 63 рокам, проти 41 — по нафті. Світова товарна видобуток газу склав 2310 млрд. м³, при цьому попит на нього збільшується.

Ціни на газ, як і на нафту, піддані значним коливанням. У 2002 р. ціна 1 тис. м³ газу склала близько 1064 дол. Світові ціни на газ характеризуються тими ж тенденціями, що і на нафту, лише за часом з певним запізненням.

Ціноутворення в газовій галузі тісно пов'язане зі попитом. Хороша ресурсна база, зручність використання, екологічна чистота, широке застосування його в різних сферах виробництва та обслуговування, у виробленні електроенергії забезпечили високий попит і споживання. У 2000 р. світове споживання газу склало більш 2360 млрд. м³ і в порівнянні з 1998 р. зросла майже на 100 млрд. м³.

Збільшення використання природного газу в енергетиці пов'язано, насамперед, з тенденцією зниження цін на нього щодо альтернативних видів палива, а також з безперервним підвищенням ККД газових турбін.

6. Ціноутворення на світовому ринку продовольства

Кон'юнктура світового ринку продовольства характеризується своєю нестійкістю: пропозиція, як правило, перевищує попит, ціни мають тенденцію до зниження. Тільки в 2002 р. світові ціни насіння соняшнику знизилися на 20%, зернових — на 5–10%, цукру-сирцю — на 20–25%, цукру білого — на 30%. Відзначається падіння цін і на інші продовольчі товари. Так за 1995–2002 рр. світові ціни на пшеницю скоротилися на 40%, на кукурудзу — на 33%. Зниження світових цін обумовлено рядом загальноекономічних причин і специфічних тенденцій розвитку світової продовольчої системи.

У світовій торгівлі продовольством в останнє десятиліття найгострішою проблемою є вибір між лібералізацією і протекціонізмом, тому державний протекціонізм в сільському господарстві найбільш активно проводять країни ЄС. Субсидування окремих виробників, захист внутрішнього ринку за допомогою високих митних зборів, подання експортних субсидій для вивезення надлишків — залишаються, раніше, важливими методами державного втручання в ціноутворення на світовому продовольчому ринку.

У середині 80-х років ступінь державної підтримки сільського господарства становила: у США — 22%, у розвинених країнах — 25–30%, у країнах ЄС — 32%, в Японії — 72%. «Коефіцієнт протекціонізму» (відношення національних цін на продовольство до світових) в ці роки склав: у США — 1,15%, у країнах ЄС та іншій Західній Європі — 1,7%.

Останніми роками, зокрема, в США державні субсидії фермерам зросли з 7,5 млрд. дол. в 1997 р. до 23 млрд. дол. в 1999 р. (з 3,4% до 11,8% вартості товарної сільськогосподарської продукції). У 15 країнах ЄС вже в 1998 р.

субсидії досягли 129800000000 дол. (45,3% вартості товарної сільськогосподарської продукції). У всіх країнах ОЕСР ці платежі склали 273 600 000 000 дол. (37% вартості їх сільськогосподарської продукції).

Зниження цін на продовольство викликано такими обставинами:

- зниження цін на зерно стало результатом збільшення його виробництва. Тільки за 1995–1996 рр. воно зросло на 160 млн. т., що склало 80% усього світового експорту зерна. Цей рівень практично зберігся до 2002 р.;
- скоротився попит на продовольство в основному в країнах, що розвиваються, і країнах з перехідною економікою у зв'язку із загостренням світової фінансової кризи;
- посилилася роль держав у спробі регулювання і підтримки національних виробників сільськогосподарської продукції через програми запасів і стимулювання експорту, що істотно загострило конкуренцію між країнами-експортерами продовольства. У результаті на світовому ринку продовольства зросла цінова конкуренція.

Поряд зі зростанням світового виробництва пшениці та інших зернових, спостерігається зростання виробництва м'яса. У 1999 р у світі було вироблено близько 220 млн т м'яса, в тому числі: яловичини — 57 млн. т., свинини — 85, м'яса птиці — 63 млн. т.

Кон'юнктура на різні види м'ясної продукції сильно диференціюється і по різних регіональних ринках. Наприклад, попит на яловичину і баранину приблизно відповідав пропозиції, а на свинину і м'ясо птиці пропозиція істотно перевищувала попит. Світові ціни на м'ясо мають тенденцію до зниження. Це насамперед обумовлено здешевленням кормів, а так само загостренням конкуренції між продуцентами в найважливіших секторах даного ринку. Так, з грудня 1998 р. по грудень 2002 р. ціна яловичини (неразделанние туші) у Німеччині знизилася з 930 дол. до 860 дол. за кілограм живої ваги; свинини стандартної якості в ЄС — з 1,1 дол. до 0,77 дол. за кілограм забійної ваги; бройлерів - з 0,8 дол. до 0,66 дол. за кілограм живої ваги.

За оцінками багатьох експертів, ціни на основні продукти харчування мають загальну тенденцію до зниження, що обумовлено наступними факторами: зростанням продуктивності праці в сільськогосподарському виробництві; зниженням собівартості основних продовольчих товарів; зростанням державних субсидій на сільськогосподарське виробництво.

Лекція 8

Світова торгівля послугами і ціни

Зміст

1. Сутність послуг та їх місце в міжнародній торгівлі	1
2. Структура експорту послуг на світовому ринку	3
3. Транспортні послуги та їх тарифна система	6

1. Сутність послуг та їх місце в міжнародній торгівлі

Нове тисячоліття поставило більш складні завдання перед світовим співтовариством щодо посилення інтеграційних процесів між країнами, континентами, регіонами у вирішенні глобальних економічних проблем. У зв'язку з цим, на світовому ринку особливого значення набуває проблема реалізації послуг та регулювання цін на цей специфічний товар. Торгівля послугами чинить все більш істотний вплив на хід світового економічного розвитку, прискорення науково-технічного прогресу, інформаційне забезпечення новими технологічними процесами. Світова торгівля послугами стала сферою гострого міжнародного суперництва, в яке втягнуті не тільки окремі фірми, підприємства і корпорації, а й цілі держави, регіональні та міжнародні організації. Конкурентна боротьба за експорт та імпорт послуг обумовлена, з одного боку, суперництвом і протиріччями між виробниками і споживачами сучасних послуг ноу-хау, інжинірингу, франчайзингу і т. п., а з іншого — специфікою та особливостями даних товарних відносин.

Світова торгівля послугами являє собою міжнародний обмін на основі купівлі і продажу різних видів людської діяльності, яка не має свого матеріально-речового змісту.

На думку багатьох економістів, тільки види різних послуг комерційного характеру на світовому ринку перевищують 600.

Послуги — це специфічний товар, який, на відміну від товару з речовим змістом, не можна накопичувати в міру необхідності. Облік послуг ведеться не на базі налагодженої митної інформації, а на основі доходів і витрат іноземної валюти за укрупненими показниками національного платіжного балансу. При цьому необхідно мати на увазі, що і сама класифікація послуг вимагає серйозної наукової розробки. Слід визнати той факт, що хоча офіційна статистика дає лише приблизне уявлення про міжнародну торгівлю послугами, тим не менш, вона дозволяє зробити висновок про загальному її обсязі, а також про структурні перетворення та тенденції розвитку.

Світовий банк ділить послуги на:

- Факторні — платежі, які виникають у зв'язку з міжнародним рухом факторів виробництва (капіталу і робочої сили). До цієї групи включаються доходи на інвестиції, роялті та ліцензійні платежі, зарплата нерезидентів;
- Нефакторні — всі інші види послуг (транспорт, туризм та інші нефінансові послуги).

За способом доставки споживачеві послуги можуть бути:

- Пов'язані з інвестиціями (банківські, готельні та професійні послуги);
- Пов'язані з торгівлею, транспортом, страхуванням;
- Пов'язані одночасно з інвестиціями і торгівлею (зв'язок, будівництво, комп'ютерні та інформаційні послуги, особисті, культурні та рекреаційні).

Міжнародні послуги умовно ділять на:

- Інвестиційні;
- Транспортні;
- Туристичні;
- Інформаційно-комунікаційні;
- Страхові;
- Науково-технічні;
- Менеджменту і маркетингу.

Характерною особливістю стану світової торгівлі є випереджаюче зростання продажу послуг в порівнянні із зростанням реалізації товарів. В даний час послуги у світовій торгівлі займають приблизно 29% загального обсягу світової торгівлі, світовий експорт послуг склав 1400 млрд дол. Для досягнення дворазового зростання світової торгівлі послуг знадобилося всього лише вісім років у порівнянні з п'ятнадцятьма роками, які були необхідні для збільшення світового експорту товарів. Особливо швидке зростання експортних послуг спостерігається у приватних фірм, які за даний період часу збільшили їх обсяг в 2,5 рази.

Загальний обсяг і питома вага світової торгівлі послугами характеризують дані табл. 1 та 2.

Табл. 1. Обсяг і питома вага послуг у світовій торгівлі в 2000 р.

Вид торгівлі	Експорт		Імпорт	
	все, млрд. дол.	%	все, млрд. дол.	%
Товари	6112,1	80,9	6298,7	84,6
Послуги	1446,3	19,1	1145,0	15,4
Всього	7558,4	100,0	7443,7	100,0

Табл. 2. Світовий експорт послуг, млрд дол.

Роки	1970	1980	1990	1999	2000	2001
Експорт	67,0	387,9	811,3	1340,0	1462,0	1446,3

2. Структура експорту послуг на світовому ринку

Багато видів послуг надаються і закуповуються відповідно до контрактів на купівлю-продаж товарів. Найчастіше це практикується в торгівлі складної машинно-технічною продукцією і комплектними підприємствами. У контрактах обмовляється, що постачальник зобов'язується провести монтаж обладнання, його подальше технічне обслуговування, підготовку фахівців і т. п.

На світовому ринку широко розвинена торгівля, так званими, економічними послугами: лізинг, менеджмент, маркетинг, в галузі страхування, банківської справи, медичного обслуговування, які безпосередньо вимагають присутності постачальника послуг у країні їх реалізації. А це, у свою чергу, викликає необхідність створення на території країни імпортера комплексу певних організацій та установ, що пов'язано з додатковими вкладеннями капіталу.

Великий розвиток на світовому ринку отримала торгівля такими послугами, як інформація про ринки і цінах, організація торговельних виставок, проведення ярмарків, різного роду семінарів, круглих столів з експортерами товарів та їх споживачами.

Характерною особливістю сучасної світової торгівлі послугами є розширення бази продажів інформаційних технологій і науково-технічних знань, ноу-хау, інжинірингу, франчайзингу, інвестицій та інших, які мають вирішальний вплив на формування світового ринку, а сам експортний ринок в значній мірі стає ринком інформаційних товарів і послуг.

Зростання реалізації послуг інформаційних технологій на світовому ринку пов'язаний з їх розвитком в окремих країнах. Так, на сектор інформаційних технологій в США припадає приблизно 20% акціонерного капіталу, у Британії — 18, у Швеції — 14, у Німеччині — 11%. Ринкова капіталізація mxtjszz

становить майже 500 млрд дол., що перевищує ринкову капіталізацію всієї металургійної галузі, і досягла ВВП такої країни, як Канада.

Нові види послуг стають необхідною частиною економічної інфраструктури, забезпечують економічне зростання, прискорюють процеси обороту праці і капіталу (рис. 1).

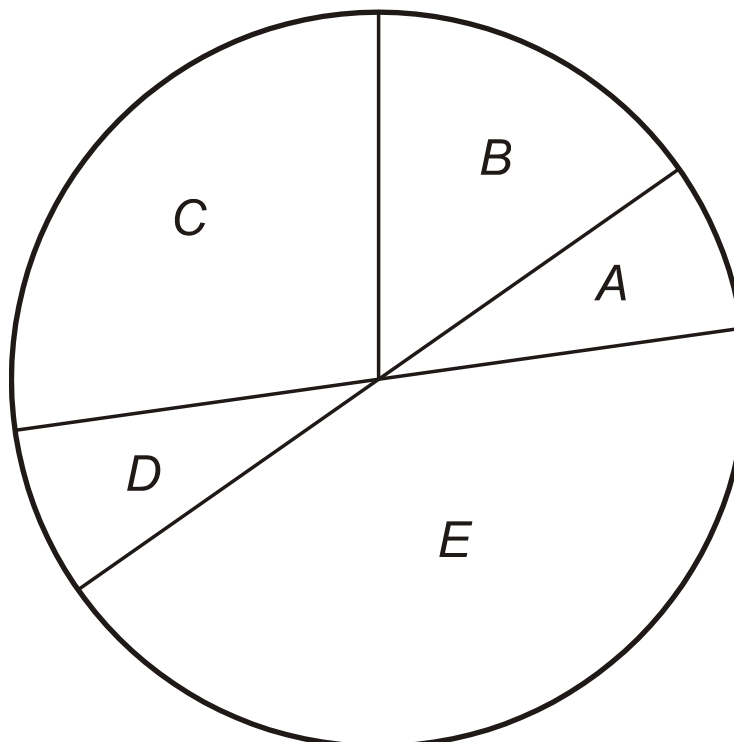


Рис. 1. Структура експорту послуг на світовому ринку в 2002 р .

- A - вантажні, транспортні послуги;
- B - інші транспортні послуги;
- C - поїздки;
- D - інші послуги, що надаються державою;
- E - інші послуги, що надаються приватним сектором.

Головними учасниками торгівлі послугами є розвинені країни: США, Великобританія, Франція, Німеччина, Італія, Японія (табл. 3). У загальному обсязі експорту послуг вони займають 45,7% від усього обсягу послуг світового ринку; в обсязі імпорту — приблизно 47%. Основна частка експорту та імпорту світових послуг належить США.

Особливий інтерес представляє аналіз співвідношення експорту та імпорту послуг за окремими країнами: США, Великобританія, Франція, Іспанія — в основному експортують послуги; а Німеччина і Японія — імпортують. Якщо, наприклад, експорт послуг в Японії склав 59800000000 дол., То імпорт - 113900000000 дол. (У 1,9 рази більше).

Росія за загальним обсягом експорту послуг, наприклад, займає приблизно 30 місце серед країн світу, а за обсягом імпорту — 25.

Аналіз експорту та імпорту постачальників комерційних послуг у світовій торгівлі по окремих країнах дозволяє зробити певні висновки. Наприклад, Японія з експорту послуг займає шосте місце в світі, а по імпорту — третє. У порівнянні з США її експорт послуг становить приблизно 23,7%, а імпорт — 62,4%. Японія імпортує в основному послуги, пов'язані з інноваціями в техніці і новими технологіями, а потім, матеріалізуючи їх в товари, експортує в інші країни. Досвід Японії в імпорті послуг слід ширше використовувати і в економіці Республіки Білорусь.

Таблиця 8.3

Табл. 3. Провідні експортери та імпортери — постачальники комерційних послуг у світовій торгівлі

Місце	Країна	Об'єм, млрд. дол.	Питома вага, %
Експортери			
1	США	251,7	18,8
2	Великобританія	101,4	7,6
3	Франція	79,3	5,9
4	Німеччина	76,8	5,7
5	Італія	64,5	4,8
6	Японія	59,8	4,5
7	Іспанія	54,1	4,0
8	Нідерланди	53,1	4,0
9	Бельгія — Люксембург	37,6	2,8
10	Гонконг	35,4	2,6
	Разом	1165,0	87,1
Імпортери			
1	США	182,3	13,7
2	Німеччина	127,2	9,5
3	Японія	113,9	8,5
4	Великобританія	81,4	6,1
5	Італія	62,7	4,7
6	Франція	59,2	4,4
7	Нідерланди	46,5	3,5
8	Канада	37,1	2,8
9	Бельгія — Люксембург		2,6
10	Китай	32,1	2,4
	Разом	1145,0	85,9

3. Транспортні послуги та їх тарифна система

Одне з провідних місць за обсягом і питомою вагою у світовій торгівлі послугами займає реалізація транспортних послуг. Вона тісно пов'язана із зовнішньою торгівлею товарами і знаходиться під впливом національних держав, транспортних корпорацій і монополій. На світових транспортних ринках провідне становище займають транснаціональні корпорації, що забезпечують експорт транспортної продукції в різні країни. Формуючись на базі виробництва і реалізації товарів, транспортні ринки, на відміну від інших світових ринків товарів і послуг, мають свої особливості:

- Відсутній єдиний світової транспортний ринок, унаслідок особливостей транспортної продукції. Кожному регіональному ринку притаманні свої принципи обміну транспортної продукцією, свої правові норми і сильно диференційовані ціни на види послуг;
- Чітко простежується тенденція скорочення «вільного» транспортного ринку, якому властиво вільне підприємництво. Ринок в значній мірі монополізований, підірвана вільна конкуренція і вільне підприємництво; практично вільні ціни на транспортні послуги, які формуються попитом і пропозицією, зустрічаються все рідше;
- Посилюється роль державного втручання в діяльність міжнародних перевезень. Допомогою законодавств держава регулює потоки й напрямки транспортних перевезень, правила руху, тарифи і т. п.; визначає верхні межі тарифних цін, здійснює контроль за їх динамікою і змінами, розглядає питання датування та кредитування даного виду послуг.

Міжнародні транспортні тарифи, на основі яких визначається ціна транспортних послуг, представляють собою звід тарифних ставок і правил обчислення провізних платежів за відстань перевезення за двома і більше країнам.

Оскільки тарифи на транспорт знаходяться під постійним контролем великих монополій, держави і міжнародних організацій, не можна говорити, що вони виражають інтернаціональну вартість, що складається на основі суспільно необхідних витрат праці, або визначаються попитом і пропозицією на конкретний вид послуг. В основі ціноутворення лежать принципи, вироблені європейським транспортом в період його становлення. Монополії мали безмежні можливості, їх діяльність не обмежувалася державою, тому ціни встановлювалися на основі суб'єктивного підходу до оцінки значення самих транспортних послуг. У сучасних умовах у сфері надання міжнародних транспортних послуг діє обмежене число великих транспортних монополій. У зв'язку з цим, конкурентна боротьба між ними набула рис співробітництва в галузі цін або прихованого партнерства, т. Е. Узгодження в цінах. Широко використовується політика лідерства в цінах, коли в якості лідера виступає компанія,

що здійснює транспортування основної маси товарів або діюча на локально-територіальному ринку. Монопольне становище лідера дозволяє встановлювати ціни, що не виходячи з власних витрат, а з оцінки витрат конкурентів.

На ринку транспортних послуг широко застосовується реклама, різного роду знижки та рефляція, додаткові послуги і т. п.

Таким чином, ціноутворення в такій сфері послуг, як міжнародна транспортування товарів, характеризується монополістичною конкуренцією, яка переростає в олігополістичну. Монопольні транспортні ціни більш стійкі, зберігаються на тривалий період, незалежно від короткочасних коливань.

На світовому транспортному ринку ціни за послуги формуються по:

- Регіонах транспортних ринків;
- Видам транспорту;
- «Внутрішньофірмовим» ринкам.

Цінова конкуренція здійснюється непрямими методами. Широко використовуються ціни реалізації, які враховують безліч різних знижок, застережень і т. п.

Міжнародні транспортні послуги поділяються на:

- Послуги залізничного транспорту;
- Послуги морського транспорту;
- Послуги автомобільного транспорту;
- Послуги повітряного транспорту.

Для Республіки Білорусь характерними є послуги залізничного та автомобільного транспорту.

Основа ціноутворення на транспортні послуги — це тарифи. На залізничному транспорті вони мають свою специфіку, хоча і тісним чином пов'язані з тарифами на інші транспортні послуги.

Залізничні тарифи можна розділити на три групи: союзні, прямі, транзитні.

Союзні тарифи використовуються для визначення вантажів і конкретних напрямів перевезень, не виключаючи тарифи для окремих поясів дальності і всієї номенклатури перевезених товарів. Важливо відзначити, що кожна союзна країна встановлює і змінює тарифи на свій розсуд без узгодження з іншими країнами. В основі даних тарифів лежать внутрішні ставки тарифів з корекцією в бік їх підвищення.

На залізничному транспорті існує безліч різних знижок, які залежать від обсягу перевезень, роду вантажів, напрямку та ін. Тарифи визначаються союзним договором та договорами між конкретними країнами. Це стосується ЕС,

СНД або Договору про поглиблення інтеграції в економічній і гуманітарних областях Республіки Білорусь, Казахстану, Киргизстану, Росії, Узбекистану, Туркменістану.

Прямими тарифами прийнято називати тарифи, в яких беруть участь дві країни або дві сусідні дороги (наприклад, тарифи між білоруською та російською залізної дорогами).

Транзитні тарифи представлені в двох видах: для повідомлення через сухопутний кордон і через морські або річкові порти. У Західній Європі немає єдиних транзитних тарифів, вони встановлюються кожною окремою країною. На відміну від тарифів і фрахтов морського транспорту, тарифи автомобільного транспорту в європейських країнах знаходяться під пильним контролем держави. Тим не менш, на даний вид тарифів відсутні прямі методи державного втручання, їх рівень у більшою мірою залежить від кон'юнктури ринку на автомобільні перевезення. Особливо це характерно для країн-членів ЄС, в яких вільна тарифна система заснована на базі внутрішніх автомобільних тарифів. Ставки європейських тарифів на автомобільні перевезення тісним чином пов'язані зі ступенем ризику, під яким розуміється розмір нульових пробігів. До 30% збільшуються автомобільні тарифи, пов'язані з відшкодуванням за ризик.

Лекція 9

Ціноутворення на світовому фінансовому ринку

Зміст

1. Сутність світового фінансового ринку	1
2. Світовий валютний ринок. Курси валют	5
3. Ціноутворення на світовому ринку золота	9

1. Сутність світового фінансового ринку

Світовий фінансовий ринок являє собою ринок короткострокових, середньострокових і довгострокових кредитів і фондових цінностей, т. е. акцій, облигацій та інших видів цінних паперів.

Характерною його рисою є те, що тут капітали акумулюються, а потім інвестуються у виробництво, торгівлю, нерухомість і т. п. Світовий фінансовий ринок пов'язаний з рухом капіталу, цінних паперів, кредиту, грошових накопичень, валют, золота і дорогоцінних металів. Причому сегменти ринку тісно пов'язані між собою, взаємозалежні і взаємозумовлені, що проявляється в різних різноманітних формах. Приміром, збільшення обсягів вільних грошових коштів, що знаходяться у населення та суб'єктів господарювання, веде до розширення ринків кредиту та цінних паперів, і навпаки.

Світовий фінансовий ринок можна представити у вигляді ринку цінних паперів, ринку капіталів, грошового ринку, ринку золота, ринку валют і т. п.

Ринок цінних паперів включає в себе сукупність економічних відносин з приводу випуску та обігу цінних паперів між його учасниками, форми і способи цього звернення. На міжнародних ринках ведеться торгівля цінними паперами між нерезидентами, а також фондовими цінностями з номіналами, вираженими не в національній валюті.

За характером руху на первинному ринку розміщуються серед інвесторів перші й повторні випуски цінних паперів, на вторинному ринку — здійснюється їх перепродаж.

За формою організації ринки цінних паперів можуть бути:

- біржові — це інституційно-організаційні ринки (фондові біржі), на яких цінні папери найбільш високої якості і працюють професіонали;
- позабіржові — проводять операції з цінними паперами через спеціальні комп'ютерні системи.

Ринки цінних паперів можна класифікувати:

- За видами цінних паперів (ринок акцій, облігацій і т. п.);
- По емітентах (ринок корпоративних цінних паперів, ринок державних цінних паперів і т. п.),
- За видами угод (касовий ринок, форвардний ринок і т. п.);
- За термінами (ринок коротко-, середньо-, довгострокових і безстрокових паперів);
- По території звернення (регіональні, національні, міжнародні).

Цінні папери також ділять на:

- основні — акції, облігації;
- похідні — опціони, ф'ючерси, форвардні контракти, варанти;
- допоміжні — векселі, депозитні сертифікати, чеки і т. п.

Цінні папери реалізуються на фондових біржах. Всього у світі їх близько 150. Найбільшими є: Нью-Йоркська, Лондонська, Токійська, Франкфуртська, Сеульський, Цюрихський, Паризька, Гонконгська і біржа Куала Лумпур. Основна функція будь фондової біржі — ценообразуюча. Вона концентрує попит і пропозиція на цінні папери, виявляє їх реальну вартість. У цих цілях на фондових біржах регулярно проводяться котирування цінних паперів, що пройшли лістинг (оцінка фахівцями біржі вартості цінних паперів покупців і продавців). Ринкова вартість цінного паперу знаходить своє вираження в курсі K , який визначається за формулою:

$$K = \frac{D}{I}$$

де D — дивідент; I — норма позичкового відсотка.

Якщо, припустимо, номінальна ціна цінного паперу 200 дол., а передбачуваний дивіденд або дохід — 30 дол., то курс акції буде дорівнює 600 дол.

Відомості про курсах цінних паперів надаються у формі біржових таблиць, в яких вказується найменування цінних паперів, максимальна і остання ціна торгового дня, максимальна ціна за період котирування дохідних цінних паперів. За своєю сутністю, котирувальна ціна — середньозважена ціна, яка визначається в процесі купівлі та продажу цінного паперу. Використовується вона для розрахунків біржових показників, що характеризують рівні цін, обсяги угод і стан ринку цінних паперів в цілому.

Біржові індекси визначаються на основі індексу Доу-Джонса, який включає промисловий, транспортний, комунальний і інтегральні показники. В основі

кожного з них лежить середній показник руху курсів акцій компаній (30 — промислових, 20 — транспортних і 15 — комунальних). Їх склад періодично міняється на Нью-Йоркській фондовій біржі.

Табл. 1. Десять фондових ринків у 2002 р, %

Динаміка курсів акцій фондових ринків			
з найкращими показниками		з найгіршими показниками	
Стамбул	243,3	Більбао	4,3
Гельсінкі	125,1	Копенгаген	4,2
Південна Корея	94,0	Мадрид	-0,1
Джакарта	91,8	Лісабон	-3,3
Мексика	87,9	Швейцарія	-4,2
НАСДАК (США)	85,6	Коломбо	-7,9
Токіо	73,6	Відень	-8,7
Сінгапур	73,2	Любляна	-13,6
Афіни	71,8	Ірландія	-13,7
Бразилія	69,7	Брюссель	-21,1

Аналіз даних табл. 1 дозволяє зробити наступні висновки:

- Курс акцій на різних світових фондових ринках занадто диференційований;
- Поряд з світовими фондовими ринками розвинених країн, котирування акцій на ринках Південної Кореї, Мексики, Сінгапуру, Бразилії в значній мірі високі;
- В числі фондових ринків з найгіршими показниками виявилися «старі» країни.

Характерною особливістю сучасного фондового ринку є зміна структури фінансових інструментів на користь реального сектора і подальша його капіталізація. Якщо в 1990 р. капіталізація складала 9300 млрд. дол., То в 1999 р. вона досягла рекордного рівня — 25 трлн. дол. Зростання обсягу відбувся за рахунок розвинених країн, на частку яких припадає 92% всього обсягу капіталізації світового ринку. Настільки стрімкий підйом викликаний змінами в структурі попиту, пропозиції, а також у торгівлі цінними паперами. Структура володіння акціями серед основних інвесторів розвинених країн представлена в табл. 2.

Аналіз показників табл. 2 дозволяє зробити наступні висновки:

- У структурі володіння акціями значну питому вагу займають індивідуальні власники акцій, т. е. Основне зростання обсягу інвестування був забезпечений за рахунок приватних інвесторів. Торгівля через Інтернет

Табл. 2. Структура володіння акціями (основні інвестори) в 1997–2001 рр.,%

Країни	Інвестори			
	індивідуальні	інвестиційні	іноземні	держава
США	40,6	51,6	7,2	0,5
Англія	16,5	59,4	24,0	0,1
Німеччина	13,0	68,0	16,0	3,0
Франція	10,9	42,9	36,0	10,2
Італія	25,0	47,0	8,0	20,0
Бельгія	18,8	50,3	30,7	0,2
Голландія	19,7	51,8	28,5	-
Швеція	17,0	42,0	32,0	9,0
Іспанія	38,0	30,0	24,0	8,0
Фінляндія	32,0	16,0	32,0	20,0

дозволила широкому колу компаній розміщувати свої цінні папери за дешевою ціною серед індивідуальних інвесторів;

- Основна частина акцій належить інвестиціональним інвесторам, які представляють національні фінансові та нефінансові компанії. В останні роки з'явився новий інвестор — акціоновані підприємства, перебувають у особистій або сімейній власності. Це сталося в результаті приватизації державних компаній і обумовлено загостренням конкуренції і необхідністю вдосконалення управління підприємствами;
- Трансформувався фондовий ринок, особливо його інфраструктура. Конкуренція дозволила створити електронні комунікаційні системи з низькими витратами і більш низькою платою за надані послуги. Переваги електронних комунікаційних технологій: можливість торгувати цінними паперами в години, коли традиційні біржі закриті; гарантована анонімність котирувань, і дається характеристика акціям, які користуються високим попитом.

Використання Інтернет банкінгу (надання послуг банками з дистанційного обслуговування через Інтернет) дозволяє клієнту отримувати банківські послуги, не відвідуючи при цьому офіс банку. Першим у світі банком, обслуговуючим клієнтів через Інтернет, був Security Figst Network Bank, він з'явився в 1995 р. В даний час клієнти Інтернет банків можуть отримувати практично весь спектр послуг, наданих банком: операції з цінними паперами, отримання кредиту, програми розрахунку та сплати податків. Впровадження системи «Інтернет банкінг» в Республіці Білорусь є однією з актуальних проблем розвитку фінансового ринку.

2. Світовий валютний ринок. Курси валют

Ринок іноземної валюти характеризується величезною кількістю її учасників: експортери та імпортери, фінансові та нефінансові інститути, центральні банки, ТНК. Умовно їх можна розділити на три групи:

- Перший — комерційні — інвестиційні банки; купують і продають валюту для своїх клієнтів, для кореспондентських банків і власних операцій;
- Друга — центральні банки; здійснюють урядові операції, розрахунки з міжнародними організаціями та інтервенції, розрахунки між центральними банками;
- Третя — торгівля; реалізує товари, послуги або фінансові активи за кордоном;
- Четверта — інвестори і емітенти.

Купівля і продаж валют в основному здійснюється на ф'ючерсних біржах, за допомогою яких відбувається нейтралізація протилежних валютних ризиків. Крім хеджування, ф'ючерсний ринок визначає курс валют. Ф'ючерсна біржа утворилася 16 травня 1972 р. на Чиказькій товарній біржі і отримала широке поширення.

Валютний ринок виступає у вигляді ринку спот і ринку валютних деривативів: прямих форвардів, свопів, ф'ючерсів і опціонів.

Угоди спот являють собою обмін двома валютами на основі простих стандартизованих контрактів з розрахунками по них протягом терміну до двох робочих днів.

Прямі форварди відрізняються від обміну спот часом розрахунків за контрактом (більше двох днів).

Свопи — являють собою угоди, що передбачають обмін певною кількістю двох валют і зворотний обмін такими ж кількостями валют в узгоджену в майбутньому дату.

Ф'ючерси — виступають як стандартизованих форвардних контрактів на валюту, торгівля якими відбувається на біржах.

Опціони — контракт, що дає покупцеві за певну плату право, яке не є його зобов'язанням, купити і продати на основі стандартного контракту валюту в певний день за фіксованою ціною.

Наведемо приклад встановлення ціни на ф'ючерсному ринку. Ф'ючерс являє собою контракт, за яким інвестор бере на себе зобов'язання після закінчення певного терміну, обумовленого в контракті, продати (купити) певну кількість цінних паперів за ціною, обумовленою в контракті. Характерною особливістю ф'ючерсної угоди є те, що обумовлена ціна виплачується в день

поставки цінного паперу. Поточна ціна ф'ючерсного контракту визначається за формулою:

$$Y_f = Y_o + I_e - D + Z,$$

де Y_f — поточна ціна покупки ф'ючерсного контракту;

Y_o — оптимальна (спотова) ціна активу на дату поставки;

I_e — еквівалент відсотка (з урахуванням захисту від інфляційного тиску — доларовий еквівалент), який буде нарахований з моменту укладення до моменту поставки;

D — дохід для власника;

Z — витрати на володіння.

В обороті світового валютного ринку угоди спот займають приблизно 40%, прямі форварди і свопи — 50%, ф'ючерси та опціони — до 10%.

Звичайно, розміри ринку світової торгівлі валютою в значній мірі перевищують решту форми міжнародної торгівлі (торгівлю товарами і послугами, міжнародний рух капіталу, робочої сили і технологій). У 2000 р. світовий ринок валют досяг 2 трлн. дол. США, з яких приблизно 41% склали угоди спот, 53% — прямі форварди і свопи і близько 6% — ф'ючерси та опціони.

На світовому ринку валют домінуюче положення займає долар. Найбільш активні торгуються пари валют наступні: долар США — євро, долар США — ієна, долар США — фунт, долар США — канадський долар, євро — ієна. Як свідчать дані Банку міжнародних розрахунків, із загального обсягу світових офіційних резервів основна частина припадає на долар США. Ця грошова одиниця займає домінуючу роль і в операціях на світовому валютному ринку. Із загального обсягу щоденних операцій на світовому валютному ринку на початку 2003 р. приблизно 85% припадало на операції з долларом США.

Долар США використовується як «провідникової валюти» при торгівлі всіма іншими валютами. Так, 97% канадських доларів і 88% японських ієн спочатку продаються за долари США, а потім на них купується необхідна валюта.

Важливе значення у світовій валютній системі має і той факт, що долар США виступає в якості основної валюти в структурі операцій на внутрішніх валютних ринках країн, що розвиваються (від 80% до 90% всього обсягу внутрішніх угод). Деякі держави (Панама, Еквадор) повністю відмовилися від національної валюти і визнали долар США в якості законного платіжного внутрішнього кошти.

На співвідношення курсів валют і витіснення долара США на європейському континенті вплинуло введення в 1999 р. єдиної європейської валюти (євро). Країни ЄС відмовилися від національного валютного суверенітету, від

національних валют заради єдиної валюти, єдиного центрального банку, єдиної кредитно-грошової і фінансової політики. Це, у свою чергу, проявилось в тенденції освіти нового валютного блоку на основі євро, що істотно позначається на доларовому верховенстві. Від того, чи зможуть Європейські країни створити конкурентоспроможний ринок валют долара США, багато в чому залежать перспективи євро як міжнародної валюти.

На відміну від світових ринків товарів і послуг, особливістю світового валютного ринку є його висока концентрація. Наприклад, тільки в трьох містах (Лондон, Нью-Йорк і Токіо) відбувається приблизно 55% світової торгівлі валютою (щоденний оборот становить від 161 до 464 млрд. дол. США). Абсолютно домінує в торгівлі валютою Лондон (приблизно 30% всього обсягу торгівлі). Наступне місце з торгівлі валютою займають Сінгапур, Гонконг, Цюрих і Франкфурт (щоденні обороти — 76–105 млрд. дол. США).

В основному купівля-продаж валюти сконцентрована в руках банків та інших фінансових інститутів. Приблизно 11% фінансових інститутів здійснюють 75% світової торгівлі валюти.

Важливою рисою сучасних світових валютних ринків є те, що вони стають основними структуротворними факторами фінансового сектора. Банки, які займали чільну роль у перерозподілі фінансових коштів, поступилися дану функцію фондового ринку. Наприклад, за даними «Файненшл Тайм» в 1999 р. банківські кредити становили лише 25% коштів, залучених промисловими компаніями та урядами у всьому світі.

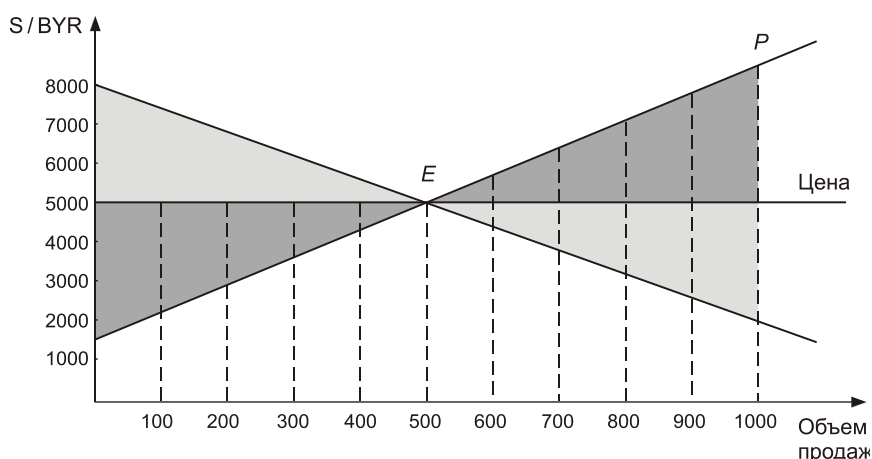


Рис. 1. Попит і пропозиція валют. Курс валют.

Купівля і продаж валют здійснюється на основі валютних курсів. Це ціна грошової одиниці однієї країни, виражена в грошовій одиниці іншої країни або в міжнародній валюті. На рис. 1 відображений курс валют, який виступає як рівноважна ціна, як точка перетину кривих попиту та пропозиції.

Однак курс валют залежить не тільки від попиту та пропозиції. На нього впливають різні фактори:

- Економічний стан країни;
- Місце і роль країни у світовій торгівлі, вивезенні капіталу, ноу-хау і т. п.;
- Стан платіжного балансу країни;
- Темпи інфляції в різних країнах;
- Державний протекціонізм і т. п.

Таким чином, валютний курс тісним чином пов'язаний з валютним режимом, який являє собою сукупність форм і методів, використовуваних при його встановленні.

У світовій практиці в освіті валютно-обмінного курсу виділяють два основні режими:

- Перший валютний режим — механізм фіксування або прив'язки курсу національної валюти по відношенню до курсу іншої валюти або кошика валют;
- Другий валютний режим — ґрунтується на вільно-плаваючих валютно-обмінних курсах.

Багато в чому курс валют залежить і від стану конкуренції на валютному ринку, від його розвиненості.

Валютний курс на валютних біржах тісним чином пов'язаний з рухом товарів і послуг, особливо коли мова йде про міжнародну торгівлю. У цій сфері валюта виконує функцію міри вартості і знаходить своє вираження в паритеті валюти або паритеті купівельної спроможності національної грошової одиниці, будучи надійним критерієм на довгострокових відрізках часу.

Курс валют і ціни на товари в міжнародній торгівлі тісно взаємопов'язані. Зниження курсу призводить до зниження цін національних товарів на світовому ринку. У результаті зниження цін в іноземній валюті товари стають більш конкурентоспроможними, збільшується експорт. Ціни на іноземні товари, виражені в національній валюті, будуть рости, в підсумку скорочується імпорт. Результатом падіння курсу національної валюти є збільшення припливу капіталу з-за кордону, оскільки національні активи та цінні папери стають дешевшими.

Зворотний вплив на ціни на товари та послуги надає зростання курсу національної валюти, що призводить до підвищення ціни національних товарів на світовому ринку, цінних паперів та інших активів, сприяє збільшенню імпорту товарів і зростання експорту капіталу.

Коливання валютних курсів різних країн, складність і величезні розміри валютного ринку створили об'єктивні умови для виникнення специфічної групи ризиків.

Валютні ризики — група ризиків, що виникають у зв'язку з використанням декількох валют в міжнародних угодах. Вони діляться на ризики, пов'язані зі зміною в майбутньому валютного курсу, та розрахункові ризики.

Таким чином, курси валют або попит на грошових ринках, виступаючи як результат використання грошей як засобів обігу, тісним чином пов'язаний з національним продуктом і відіграє центральну роль у кількісній теорії попиту на гроші. Сутність кількісної теорії зводиться до того, що пропозиція грошей будь-якої країни дорівнює попиту на них, який прямо пропорційний вартості ВВП. Рівняння кількісної теорії може бути використано для співвідношення рівня цін між країнами:

$$\frac{P}{P_f} = \frac{M}{M_f} \cdot \frac{K_f}{K} \cdot \frac{Y_f}{Y},$$

де P — рівень цін внутрішнього ринку;

P_f — рівень цін зовнішніх ринків;

M — внутрішня пропозиція грошей;

M_f — зовнішня пропозиція грошей;

K_f і K — поведінкові коефіцієнти, що визначаються кожним рівнем;

Y і Y_f — реальні національні продукти.

3. Ціноутворення на світовому ринку золота

Під світовим ринком золота розуміється регулярна купівля-продаж золота та інших дорогоцінних металів за ринковою ціною для промислового виробництва, інвестицій та інших потреб.

Основна маса золота використовується в ювелірному виробництві (75,6%) і на формування золотого запасу (8,4%).

В даний час в світі функціонує понад 50 ринків золота: у Західній Європі — 11, в Азії — 19, в Америці — 14, в Африці — 8. Одним з найстаріших світових ринків золота є Лондонський, який виник ще в 1919 р Ранок та денної фіксинг здійснюють відкрито п'ять її учасників: золоті брокери Лондона Samuel Montague (Мідланд банк), Republic Mays London, Deutsche Sharps Picksley (Доіче банк), Moclatta Creup (Standart Chartered Bank), чільне положення займає Rotchild and Sous.

Ціна виконання замовлень відрізняється від фіксингу: для продавців + 0,05% (премія); для покупців + 0,25% (комісія з функції). Так, якщо фіксинг був 395,45 дол. США, покупці заплатять 395,70 дол. США. За день реалізується від 2,5 до 3,5 т. золота 995 проби в стандартних зливках (bar) масою 400 унцій.

На європейських ринках золота провідне місце належить Лондонському, Цюрихському, Паризькому, Франкфуртському та іншим ринкам.

Аналіз ціноутворення на світових ринках золота свідчить про великій амплітуді коливань цін на золото. Так, якщо в січні 1986 р. Ціна на золото становила всього 330 дол. США за тройську унцію, то в січні 1988 року вона піднялася до 480 дол. США. Через п'ять років ціна на золото знову знизилася до рівня 1986 р. У роки останнього десятиліття ХХ ст. ціна на золото мала загальну тенденцію до зниження.

Перерахуємо фактори, які впливають на зниження рівня ціни на золото:

- Стабілізація попиту та пропозиції. В останнє десятиліття попит на золото і його пропозицію фактично зрівнялися, т. е. Пропозиція стабілізувалася на рівні попиту;
- Висока собівартість видобутку золота. Витрати на видобуток золота мають суперечливий характер: з одного боку, вони сприяють її зростанню, а з іншого — зниження. Зростання продуктивності праці в золотодобувної промисловості, природно, веде до зниження ціни на золото, але великі витрати нескінченно знижувати ціну не можуть. Наприклад, рівень рентабельності не дозволяє знизити середні витрати південноафриканських країн нижче 334 дол. США, а австралійські — 358 дол. США за унцію;

Табл. 3. Структура пропозиції і попиту на золото на Західних ринках

Пропозиція		Попит	
Виробництво	1890	Промисловість	
Продажі з		ювелірна	2537
посткомуністичних країн	102	електронна	185
Офіційний чистий обсяг збуту	232	інша	285
Золотий лом	583	Формування золотого запасу	281
Форвардні продажі	461	Золоті позики	23
Ходжірованіе	87	Пропоновані інвестиції	4
Всього:	3355	Всього:	3355

- Низькі темпи інфляції в розвинених країнах. Інвестори неохоче йдуть на страхові вкладення в золото, а вкладають свої капітали у виробництво конкретних товарів, які дають їм можливість отримувати прибуток;
- Політика центральних банків і МВФ в спекулятивній грі на світовому ринку золота. Так, в 1999 р. МВФ вирішив реалізувати на ринку 10–15 млн тройських унцій золота зі свого запасу (в даний час він становить 103 млн. унцій). Спекуляція на переоцінці запасів МВФ, на їх продажі за ринковою ціною, а в подальшому — нова покупка даного металу принесє величезні прибутки фонду;

- Політика США як основного господаря золотого запасу в епоху доларового розрахунку у світовій торгівлі. Штучне регулювання світової ціни на купівлю та продаж золота приносить США величезні монопольні прибутки.

У сучасних умовах відзначається тенденція зниження ролі золота в грошовому обігу. «Дематеріалізація» грошового обороту обумовлена посиленням ролі кредитних грошей, які в значній мірі більш оперативно вирішують завдання скорочення витрат грошового обігу, сприяють розвитку заліків взаємних вимог, прискорюють процес грошового обігу.