

ПРЕЗЕНТАЦІЯ

на тему:

Сущность мирового ценообразования

Подготовил студент 3 курса
Группы ТМД-А
Бурдейный Артур



Актуальность данной работы

объясняется необходимостью изучения и использования на практике современными экономистами ценовых показателей, механизмов ценообразования, анализ спроса и предложения, проектирования и формирование цены.

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

Для достижения цели были поставлены следующие **задачи**:

- рассмотреть ценообразующие факторы применительно к мировым ценам и мировому рынку;
- ознакомиться с влиянием государства на ценообразование;
- рассмотреть типы рынков и виды цен.



Цена в международной торговле – это денежная сумма, которую намерен получить продавец, предлагая товар или услугу, и которую готов заплатить за данный товар или услугу покупатель.



Мировой товарный рынок – совокупность устойчивых, повторяющихся операций по купле-продаже данных товаров и услуг, имеющих организационные международные формы (биржи, аукционы), или выражающиеся в систематических экспортно-импортных сделках крупных фирм-поставщиков и покупателей.



Практически на цену предлагаемого товара, со стороны спроса влияет:

- платежеспособный спрос покупателя
- данного товара, т.е. наличие денег;
- объем спроса — количество товара, которое способен приобрести покупатель;

«цены продавца», т.е. и его предлагаемые продавцом, а значит, относительно более высокие, и «цены покупателя», т.е. принимаемые и уплачиваемые покупателем, а значит, относительно более

низкие.

Со стороны предложения, составляющие ценообразующие факторы это:

- количество товара, предлагаемого продавцом на рынке;
- издержки производства и обращения при реализации товара на рынке;
- цены на ресурсы или на средства производства, используемые в производстве соответствующего товара.

«рынок продавца», на котором из-за преобладания спроса коммерческие показатели и цены диктует продавец и т.н. «рынок покупателя», на котором из-за преобладания предложения господствует покупатель и ситуация в части цен

противоположная.



Типы рынков

Рынок совершенной (чистой) конкуренции

Рынок чистой монополии

Рынок монополистической конкуренции

Рынок олигополии

Рынок совершенной конкуренции характеризуется, прежде всего, очень большим числом субъектов внешней торговли (покупателей и продавцов) и сравнительно однородным характером поставляемой продукции.

Рынок чистой монополии характеризуется наличием одного единственного поставщика товара.

Монополистическая конкуренция

предполагает смешанный тип рынка – на данном рынке присутствуют, как правило, ряд крупных монополистов и значительное число менее сильных фирм, но

которые занимают видное место

Рынок конкуренции немногих поставщиков, или олигополия, характеризуется наличием нескольких крупных компаний производителей, обладающих значительными сегментами рынка, полностью или практически полностью обеспечивающих поставку товаров на мировой рынок.

Государство активно участвует в развитии внешнеэкономической деятельности с помощью комплекса специальных методов, которые можно разделить на две основные группы: **экономические и административные.**

Цель демпинга – завоевание определенным товаром или группой товаров внешнего рынка путем продажи товаров на мировом рынке по ценам ниже внутренних.



Государство регулирует цены внутреннего рынка, в основном, с помощью двух инструментов: гарантируя производителям уровень продажных цен и предоставляя субсидии для покрытия издержек производства.

Существует несколько видов цен на мировых рынках.

1. Контрактная цена – это конкретная цена, которую согласовали между собой продавец и покупатель в ходе переговоров, которая, как правило, ниже цены предложения поставщика.

2. Справочные цены – это цены продавца, публикуемые в специализированных изданиях, бюллетенях, а также в периодической литературе, в газетах, журналах, в каналах компьютерной информации.

3. Биржевые цены – это цены на товары, торговля которыми производится на товарных биржах.

4. Цены аукционов – показывают цены, полученные в результате торгов.

5. Статистические внешнеторговые цены – публикуются в различных национальных и международных статистических справочниках.

