Реферат

на тему:

«Ценообразование во внешнеторговой деятельности»

**1. Основы и особенности ценообразования на мировом рынке**

При анализе процессов связанных с ценообразованием на мировых рынках необходимо внимательно изучить все факторы, которые оказывают влияние на формирование цен, как общего порядка, так и прикладных. От цен зависит, какие издержки производителей будут возмещены после продажи товара, какие нет, каков уровень доходов, прибыли и куда будут в дальнейшем направлены ресурсы, возникнут ли стимулы для дальнейшего расширения внешнеэкономической деятельности.

В условиях рыночной экономики ценообразование во внешней торговле, также как и на внутреннем рынке, осуществляется под воздействием конкретной рыночной ситуации.

Выделяют следующие группы факторов, определяющие уровень и динамику мировых цен:

1. Общеэкономические, действующие независимо от вида продукции и конкурентных условий ее производства и реализации: фаза экономического цикла, с которой находится мировая экономика (или рынок); состояние совокупного спроса и предложения; инфляционные процессы, происходящие в разных странах.
2. Экономические, определяемые особенностями данной продукции, условиями ее производства и реализации: издержки, прибыль, налоги и сборы, предложение и спрос на товар или услугу с учетом взаимозаменяемости, потребительские свойства товара: качество, надежность, внешний вид, престижность и др.
3. Специфические, действующие только в отношении некоторых видов товаров и услуг: сезонность, эксплуатационные расходы, комплектность, гарантии и условия сервиса.
4. Специальные, связанные с действием особых механизмов и экономических инструментов: меры государственного регулирования цен в отдельных странах и группировках стран; изменение курсов различных валют; политические и военные.

Цены, обслуживающие внешнеторговый оборот, обладают следующими специфическими чертами:

1. Отражают внешнеэкономические связи государства с другими странами.

2. Находятся в зависимости от цен мировых рынков, отражающих условия производства и реализации мирового хозяйства.

Ориентиром для участников внешней торговли при определении цен на товары служит два вида цен:

1. Публикуемые цены – цены, сообщение о которых можно почерпнуть в специальных фирменных источниках информации. Они. Как правило, отражают уровень мировых цен, если к ним сделать необходимые поправки.

К публикуемым ценам относятся:

1. Расчетные цены применяются тогда, когда отсутствует необходимая ценовая информация, на основании которой может быть произведено определение внешнеторговой цены по конкретной сделке. Расчет делается на основании индексов экспортных и импортных цен, индексов внутренних оптовых цен. Они регулярно публикуются статистическими ведомствами развитых стран по широкому кругу товаров и товарных групп. Индексы цен – это относительные показатели, которые характеризуют их изменения определенного периода времени. Их используют при проведении анализа основных тенденций движения цен по конкретным товарам для определения конъюнктуры, а также при оценке возможного уровня цен на конкретную дату, если отсутствует абсолютное их значение.

**2. Методы определения внешнеторговых цен**

Из широкого разнообразия применяемых в настоящее время фирмами способов ценообразования на внешнем рынке можно выделить следующие:

* 1. Установление цен на товар при выходе на новый рынок – состоит в завоевании определенной доли рынка, используя низкие цены (отклонения 5–10% от цен конкурентов) в целях ознакомления потребителя с товаром предприятия и привлечения внимания к нему. Указанный способ имеет краткосрочный характер, и по истечении небольшого срока времени (как правило, 1–2 месяца) цены начинают ступенчато повышаться в целях противодействия инфляционным тенденциям, адаптации к росту производственных и сбытовых расходов, улучшения качества.
  2. Установление цен на товар при введении нового товара – в ценовой политике предприятия этот способ именуется как «политика снятия сливок» – предусматривается изначально максимально высокая цена на товар и получение максимально высокой нормы прибыли. Особенностью этого метода является его недолговечность и ограниченность во времени, а ориентация на спрос основывается на потребителя, у которого престижные соображения преобладают над рациональными.
  3. Установление цен на товар с точки зрения защиты позиции – используется, когда фирма контролирует определенной сегмент рынка и основные усилия направляет на улучшение потребительских свойств товаров на рынке и за счет этого повышает их цену. У потребителя при соответствующей рекламе «накидка» на цену вызывает положительную реакцию, поскольку принимается во внимание то обстоятельство, что низкая цена – это неудовлетворительное качество. Установление цен на товар с учетом стимулирования комплексных продаж – применяется при продаже не единичных товаров, а комплексов (трактор и навесные и прицепные орудия к нему). Низкая цена на основное изделие покрывается обширным количеством дополнительных изделий, что ведет к получению запланированного объема прибыли этот способ широко используется машиностроительными компаниями, производящими массовую и крупносерийную продукцию, реализуемую на множестве рынков.
  4. Установление цен на основе закрытых торгов – расчет цены происходит исходя из ожидаемых ценовых предложений конкурентов, а не на основе показателей издержек и спроса. Применяется в случаях борьбы в процессе торгов.
  5. Установление цен на основе ощущаемой ценности товара – ценообразование на основе покупательского восприятия ценностной значимости товара, а не издержек продавца.
  6. Установление единой цены с включенными в нее расходами по доставке – определение цены по географическому принципу, когда фирма взимает со всех заказчиком, независимо от их местонахождения одну и ту же цену, приплюсовывая к ней расходы по доставке товара.
  7. Установление зональных цен – установление цен по географическому принципу, когда все заказчики в границах зоны платят одну и ту же суммарную цену, а сами цены повышаются по мере удаления от зоны.
  8. Установление цен применительно к базисному пункту – установление цен по географическому принципу, когда продавец выбирает тот или иной город в качестве базисного пункта и взимает со всех заказчиков транспортные расходы в суммах, равных стоимости доставки из этого города независимо от места фактической отгрузки товара.

Вышеперечисленные способы ценообразования ни в коей мере не используются фирмами спорадически, а лишь в комплексно, причем один и тот же товар на различных рынках может продаваться по различным ценам в зависимости от вида товара, места и времени продажи, особенностей ценовой стратегии фирмы.

**3. Обоснование цены внешнеторгового контракта**

Цена товара – один из важнейших элементов контракта купли-продажи. Каждая внешнеторговая сделка должна обязательно содержать условие о цене, по которой продается товар, или указание способа определения цены этого товара. Расчет контрактной цена проводится в период подготовки сделки.

Расчет цены выполняется в два этапа:

1. расчет приведенной базовой цены;
2. расчет цены для конкретных условий сделки.

На первом этапе подбирают не менее трех показателей цены из имеющегося множества, которые удовлетворяли бы следующим требованиям:

– были представительными;

– являлись бы ценами на изделия-аналоги, непринципиально отличающиеся друг от друга по технико-экономическим параметрам.

Затем вся ценовая информация приводится к единой базе путем учета технических и коммерческих поправок к цене.

К наиболее часто встречающимся техническим поправкам в практике международной торговли можно отнести следующие:

1. Поправка на технико-экономические различия – цены поставки изделий-аналогов различных фирм, которые различаются по технико-экономическим параметрам должны быть скорректированы, т.е. следует учесть достоинства и недоставки этих изделий.

Цены конкурентов (взятые из конкурентных материалов) приводят к цене одного изделия (базисного) последовательно по каждому техническому параметру: производительности, мощности и т.п. по следующей формуле:



где С1 – цена базисного изделия;

N1 – значение (для этого изделия) технико-экономического параметра, по которому ведется сравнение;

С2 – цена сравниваемого изделия;

N2 – значение для этого изделия технико-экономического параметра, по которому ведется сравнение;

n – коэффициент торможения, находящийся в пределах 0,6–0,8 в зависимости от изделия.

1. Поправка на комплектацию – особенно важна при покупке (продаже) сложного комплектного оборудования (крупная автоматическая линия, металлургический агрегат и т.п.). Сложность расчета поправки на комплектацию зависит от того, известны ли цены всех узлов, элементов и т.д. комплектации (попозиционные цены). Если конкурентный материал содержит такие цены, поправка определяется путем вычитания (или суммирования) из конкурентной цены определенной попозиционной цены. Обычно поправка на комплектацию увеличивает сумму контракта на 8–10%.
2. Поправка на тропическое исполнение. Машины и оборудование, предназначенные для работы в условиях высокой температуры и влажности, должны соответствовать особым требованиям и обеспечивать надежность технико-экономических показателей и другие необходимые потребительские свойства. Данная поправка составляет 10–15% сверх стоимости в обычном исполнении.

К коммерческим поправкам относятся:

1. Приведение к единым условиям поставки осуществляется с учетом разницы между затратами по предстоящей сделке и возможными затратами конкурентов по доставке и страхованию грузов. Базисные условия поставки отражены в системе Инкотермс (International Commercial Terms).
2. Поправка на уторговывание. Обоснованность оценки величины этой поправки зависит от качества конкурентного материала и умение с ним работать, от знания конкретного поставщика и рынка и т.д. Как правило, с прейскурантных цен делаются большие скидки (до 40%), с цен предложений – менее значительные.
3. Приведение импортной цены к сроку поставки товара. Учитывая разрыв во времени между данными конкурентных материалов и поставкой изменяется реальная цена контракта. Поэтому при расчете импортной цены приводят цены предложения к поставке товара, применяя индексы экспортных и оптовых цен, публикуемые в статистических материалах. Для расчета приведенной импортной цены применяется формула:



где С1 – приведенная импортная цена;

С0 – цена, предложенная иностранной фирмой в конкурентном материале;

I1 – предлагаемый индекс цен на дату поставку по предстоящему контракту;

I0 – индекс цен товара на предложенный иностранной фирмой срок окончания поставки.

1. Поправки на условия платежа. В контрактах могут быть предусмотрены разные условия платежа: за наличные, чеком, переводом, с аккредитива, инкассо, в аванс, в кредит с рассрочкой платежа. Поправка на условия платежа рассчитывается по отношению к базисной цене на дату заключения контракта, рассчитанной по конкурентному материалу.

Расчет экспортной цены производится следующим образом:

1. Из имеющейся базы данных делают выборку наиболее свежих сведений о ценах на товары, аналогичные (сопоставимые) тому, который предприятие желает экспортировать.
2. Заносят в заранее приготовленную таблицу основные технико-экономические параметры товара предприятия и аналогичных товаров, включая условия поставки и цены.
3. С помощью поправок цену товара предприятия приводят к условиям реализации на выбранном рынке. При этом учитывают отличия в технико-экономических параметрах товара от товаров конкурентов.
4. Поскольку конкурирующих товаров несколько, получают усредненную цену относительно данных товаров. Эта цена является базовой для переговоров с покупателями-оптовиками.

Для расчета импортной цены принят следующий порядок:

1. Запрашивают у основных фирм-производителей нужного предложения о поставке нужного предприятию товара, для чего направляют технико-экономические требования на товар и желательные условия поставки.
2. Получив коммерческие предложения, заносят в технико-экономические параметры предлагаемого товара, на которые были выдвинуты требования, а также условия поставки и цены, предложенные фирмами.
3. Приводят все указанные сведения по каждой фирме к единому базису с помощью поправок, получая в конечном итоге приведенную цену товара каждой фирмы.
4. Минимальная из имеющихся в таблице цен служит основой для «уторгования». Таблицы расчетов экспортной и импортной цен разрабатываются каждой внешнеторговой организацией, исходя из характеристик товара, желательных условий поставки и т.д.

**4. Базисные условия поставки Incoterms**

Базисные условия поставки используются во внешней торговли, то есть когда покупатель и продавец находятся в разных странах.

Базисные условия поставки представляют собой специальные условия, которые определяют обязанности сторон (покупателя и продавца) по доставке товара и устанавливают момент выполнения продавцом своих обязанностей по поставке товара и перехода риска случайной гибели или повреждения товара с продавца на покупателя, также расходов, которые могут возникнуть в связи с этим.

Расходы по доставке товара могут включать:

– расходы по подготовке товара к отгрузке, в том числе проверка качества и количества, отбор проб, упаковка;

– оплату погрузки товара на перевозочные средства внутреннего перевозчика;

– оплату перевозки товара от пункта отправления до основных транспортных средств;

– оплату расходов по выгрузке товара на основные перевозочные средства в пункте экспорта;

– оплату стоимости транспортировке товара международным транспортом;

– оплату страхования груза в пути;

– расходы по хранению товара в пути и перегрузке;

– расходы по выгрузке товара в пункте назначения;

– расходы по доставке товара от пункта назначения на склад покупателя;

– оплату таможенных пошлин, налогов, сборов при переходе таможенной границы;

– расходы по получению экспортной, импортной и транзитной лицензий и разрешений.

При расчете базиса цены определяется на какой срок из своего оборота изымаются средства покупателя или продавца, и кто из будет нести дополнительные расходы, если с товаром в пути что-нибудь случится или кто-нибудь из контрагентов нарушит свои контрактные обязательства по доставке товара.

Все условия Incoterms делятся на четыре группы

– группа «Е»; – группа «F»; – группа «С»; – группа «D».

**Группа «Е»** включает только одно условие поставки «франко-завод». При его использовании необходимо принять во внимание тот факт, что в случае несвоевременного уведомления покупателем продавца о времени прибытия назначенного покупателем перевозчика под погрузку или несоблюдение сроков приемки товара, на покупателя переходят все риски по товару, начиная с определенной в контракте даты сдачи продукции.

По **«F» – условиям** продавец считается выполненным свои обязательства после того, как передал товар перевозчику согласно инструкциям, полученным от покупателя. Это условие предполагает, что в обязанности покупателя входит выбор перевозчика, заключение с ним договора перевозки.

При контрактах на **«С» – условиях** продавец освобождается от ответственности и рисков с момента передачи товара перевозчику в своей стране, хотя и несет расходы по доставке товара в страну покупателя. Обычно при использовании данных условий поставки оговаривается, кто будет оплачивать разгрузку товара в месте назначения (добавляется «landed», то есть «включая разгрузку»).

По **«D» – условиям** продавец обязан доставить товар в указанное место или пункт назначения, неся все риски и расходы по доставке товара. Поэтому контракты с «D» – условиями относятся к группе Поставочных контрактов», в то время как контракты на «С» – условиях – «отгрузочные контракты».

Рассмотрим основные термины франкирования в системе Incoterms:

Таблица 1. Условия поставки в системе Incoterms

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| E | EXW: | Ex work | Франко-завод |
| F | FCA: | Free carrier (named point) | Франко-перевозчик |
| FAS: | Free alongside ship (port of shipment) | Франко-вдоль борта судна |
| FOB: | Free on board (port of shipment) | Франко – борт судна |
| C | CAF: | Cost and freight (port of destination) | Стоимость и фрахт |
| CIF: | Cost insurance and freight (port of destination) | Стоимость, страхование и фрахт |
| CPT: | Carriage paid to (port of destination) | Доставка оплачена до |
| CIP: | Carriage, insurance paid to (port of destination) | Доставка, страхование оплачено до |
| D | DAF: | Delivered at frontier (place of destination) | Поставлено на границу |
| DES: | Delivered ex ship (port of destination) | Поставлено с борта судна |
| DEQ: | Delivered ex quay (port of destination) | Поставлено с пристани |
| DDU: | Delivered (place of destination) | Поставлено без оплаты пошлины |
| DDP: | Delivered (place of destination) | Поставлено с оплатой пошлины |

**Условие EXW** означает, что обязательства продавца по поставке считается выполненными после того, как он предоставил покупателю товар на своем предприятии. Продавец не отвечает за погрузку товара на предоставленное покупателем транспортное средство. Покупатель несет все расходы и риски, связанные с перевозкой товара с предприятия продавца к месту назначения.

**Условия FCA** предполагают, что обязательства продавца по перевозке считаются выполненными после передачи товара, очищенного от пошлин на экспорт, под ответственность перевозчика, названного покупателем, в указанном месте и пункте.

Под очисткой товара от пошлин на экспорт понимается оплата экспортной пошлины, а также все расходы, связанные с таможенными формальностями, необходимыми для вывоза товара, налоги и другие официальные сборы, выплачиваемые при экспорте товара.

При **FAS-условиях** обязательства продавца по поставке считаются выполненными, когда товар размещен вдоль борта судна на причале или на лихтерах в указанном порту отгрузки. С этого момента все расходы и риски гибели или повреждения товара должен нести покупатель. Покупатель также очищает товар от пошлины на экспорт.

При **FOB-условиях** обязательства продавца считаются выполненными, когда товар передан через поручни судна в указанном порту отгрузки. С этого момента все расходы и риски гибели или повреждения товара должен нести покупатель. Данное условие не предполагает размещение груза в трюмах или какую-либо другую укладку груза в зависимости от вида перевозчика.

**Условия CAF** означают, что продавец обязан оплатить расходы и фрахт, необходимые для доставки товара в указанный порт назначения.

Продавец очищает товар от пошлины на экспорт.

По **CIF-условиям** продавец имеет такие же обязательства, как и при условии CAF, но с дополнением, что он должен обеспечить морское страхование против рисков покупателя от гибели или повреждения товара при перевозке.

При **СРТ-условиях** продавец оплачивает фрахт за перевозку товара до указанного места назначения. Риск гибели или повреждения товара, а также дополнительные расходы, вызванные событиями, произошедшими после поставки товара на хранение перевозчику, переходят от продавца к покупателю после поставки товара на хранение перевозчику.

Продавец очищает товар от пошлины на экспорт.

Согласно **CIP-условиям** продавец имеет такие же обязательства, как и при условии СРТ, плюс расходы на страхование против рисков покупателя от гибели или повреждения товара при перевозке. Условия страхования такие же, как и при условии CIF.

Продавец очищает товар от пошлины на экспорт.

При **DAF-условиях** обязательства продавца по поставке считаются выполненными, когда товар предоставлен очищенным от экспортной пошлины в указанном месте или пункте на границе (до таможенной границы соседней страны).

Термин «граница» может использоваться для любой границы, включая границу страны экспорта, поэтому должно быть четкое определение пункта поставки на границе.

**Условия DES** предполагают, что продавец обязан предоставить покупателю товар на борту судна неочищенным от импортной пошлины (очищенным от пошлины на экспорт) в указанном порту назначения в стране импорта. Продавец несет все расходы и риски, связанные с доставкой товара в указанный порт назначения.

При **DEQ-условиях** продавец обязан предоставить покупателю на причале в указанном порту назначения товар, очищенный от пошлин на импорт и экспорт. Продавец несет все риски и расходы, включая таможенные пошлины, налоги, другие сборы по доставке товара в указанное место.

Согласно **DDU-условиям** продавец несет все риски и расходы по доставке товара в указанное место в стране импорта, исключая таможенные пошлины, налоги и другие сборы, расходы и риски по выполнению таможенных формальностей. Покупатель должен оплатить любые дополнительные расходы и риски, вызванные его неспособностью очистить товар от пошлины на импорт.

Если стороны желают включить в обязательства некоторые из расходов, оплачиваемых при импорте товара, например, НДС, то об угон делается соответствующая пометка, «VAT paid» (НДС оплачен).

Продавец очищает товар от пошлины на экспорт.

При **DDP-условиях** продавец несет все риски и расходы, включая таможенные пошлины, налоги и другие сборы по доставке товара в указанное место в стране импорта.

Если стороны желают исключить из обязательств продавца некоторые из расходов, оплачиваемые при импорте товара, то делается соответствующая оговорка.

**5. Влияние государства на внешнеторговые цены**

Государственное вмешательство в мировые цены осуществляется при помощи законодательных, административных и бюджетно-финансовых рычагов и представляет собой особый род протекционизма, который является эффективным средством экономической политики по защите внутреннего рынка от иностранных конкурентов, а также обеспечивает отечественным предприятиям-экспортерам преимущество на мировом рынке.

С точки зрения сферы проявления и механизма воздействия на процесс ценообразования выделяют несколько форм государственного регулирования мировых цен:

* регулирование цен при непосредственном участии государства в сфере производства и обращения;
* регулирование цен путем воздействия на рыночное равновесие;
* использование антимонопольных законов, политики доходов, кредитно-денежной системы и бюджетов.

Государственное вмешательство в ценообразование на мировом рынке тесным образом связано с развитием международной торговли и реализуется на основе сочетания прямых и косвенных методов регулирования цен.

Характерной особенностью прямого вмешательства в мировое ценообразование является то, что оно осуществляется главным образом в отраслях общественного пользования или имеющих стратегический характер: энергетика, транспорт, связь, водоснабжение и т.д. Государство может воздействовать прямо на цены при помощи законодательных актов или использовать различные тарифные и нетарифные методы.

Классификация косвенных методов государственного регулирования на мировые цены.

Наиболее распространенным методом государственного воздействия на цены мирового рынка является тариф или пошлина, представляющие собой государственный налог на товары, пересекающие национальную границу. Пошлина выступает как акцизный налог на импортные товары. Она вводится в целях получения доходов или создания ценовых условий, поддерживающих конкурентоспособность национальных товаров. Целевое назначение пошлин обусловило их деление на:

* + фискальные пошлины – используются государством на товары, которые не производятся в стране.
  + протекционистские пошлины – предназначены для защиты национальных товаропроизводителей и стимулирования внутреннего производства товаров, облагаемых данным видом пошлин.

Характерной особенностью в дифференциации пошлин является зависимость их от уровня развития страны. Как известно, чем ниже уровень развития страны, тем быстрее возрастают ставки таможенных пошлин.

Экспортныеквоты страны используют в соответствии с международными стабилизационными отношениями, устанавливающими долю каждой страны в общем экспорте определенного товара, либо для предотвращения вывоза товаров, дефицитных на внутреннем рынке. Часто эти квоты применяются для обеспечения отечественных производителей достаточными товарными запасами по более низкой цене, для предупреждения истощения природных ресурсов, а также в целях повышения цен на экспорт путем ограничения поставок на зарубежные рынки.

Государственный протекционизм в мировом ценообразовании широко используется в скрытых его формах. Среди них особое место занимают государственные закупки заказы, стандартизация продукции, административные проволочки, внутренние сборы и налоги, требования о содержании местных компонентов, законодательства по приобретению отечественной продукции.

В связи с усилением на мировом рынке роли международных и региональных организаций в ценообразовании и контроле «добросовестной» конкуренцией отдельные государства существенно изменили тактику использования методов воздействия на цены.

Во-первых, явно наметился переход от прямых к косвенным методам государственного влияния на мировые цены.

Во-вторых, инструментарий косвенных методов государственного вмешательства в мировое ценообразование также претерпевает значительные изменения: страны все больше используют нетарифные методы воздействия на мировые цены.

Таким образом, осуществляется процесс формирования цены во внешнеторговой деятельности государства.