**ОСОБЛИВОСТI ЦIНОУТВОРЕННЯ НА СВIТОВОМУ РИНКУ**

**План**

1. Механiзм цiноутворення на свiтовому ринку.
2. Фактори, що впливають на свiтовi цiни.
3. Види цiновоi полiтики.
4. **Економiчнi умови виробництва** у кожному окремому нацiональному господарствi досить рiзнi. Незбiг рiвней технiчного оснащення господарства, квалiфiкацii працюючих, природних умов приводить до суттевих вiдмiн у середньому рiвнi продуктивностi працi.

Це означає, що витрати працi при виготовленнi одиницi однакової продукцiї по країнах будуть рiзнi. У кожної країни складається також свiй рiвень iнтенсивностi працi. Тому за один i той же промiжок робочого часу дiйснi витрати працi у рiзних країнах рiзнi.

Якщо ж обчислити, що при цьому рiзна i продуктивнiсть працi, то стане очевидним, що в окремих країнах в однаковий робочий час створюється рiзна величина вартостi i рiзна кiлькiсть одиниць продукцiї. У кожної країни є свiй рiвень суспiльно необхiдних витрат працi на виробництво товарiв, визначаючих їх нацiональну вартiсть.

Iнтернацiональна вартiсть товара визначається суспiльно необхiдним часом, потрiбним для його виготовлення при середньо-свiтових суспiльно-нормальних умовах виробництва. Суспiльно необхiдний робочий час на виробництво одиницi товара буде витрачений працею середньосвiтовою iнтенсивностi i продуктивностi.

В умовах розвиненого товарного виробництва в основi цiни лежить не вартiсть, а цiна виробництва, рiвна витратам виробництва, плюс середнiй прибуток. Витрати виробництва визначаються витратами як живоi працi, так i минулої працi. Поскiльки ефективнicть використання сировини, енергiї, устаткування у рiзних країнах рiзна, то частина нацiонарьних витрат виробництва, пов’язана з цими витратами також буде рiзна. Разом з тим рiзнi країни суттєво вiдрiзняються одна вiд одної не тiльки витратами живої працi, але й її оплатою, тобто нацiональними рiвнями заробiтної плати.

Теорiя факторiв виробництва, яка говорить про те, що цiна факторiв у рiзних країнах залежить вiд ступеню надiленостi ними країн, в дiйсностi вiдображає ту обставину, у промислово розвинених країнах бiльш эфективно використовуються елементи минулої працi, а у менш розвинених країнах в силу iсторичних умов i недостатньої зайнятостi населення складається низький рiвень заробiтної платнi.

Iнтернацiональна цiна виробництва, яка вдає з себе перетворену форму iнтернацiональної вартостi, з основою цiни з боку пропорцii, але у ринковому господарствi цiна складається пiд впливом попиту та пропозицiї. Продавець завжди зацiкавлений у пiдвищеннi цiни, а у той час, як покупець прямує купити товар за бiльш низькою цiною. Коли попит й пропозицiї зрiвнюють один одного, встановлюється рiвноважна цiна, яка припустима i для продавця, i для покупця. Цiна рiвноваги вiдповiдає крапцi cхрещення кривих попиту i пропозицiї на графiку. Цю крапку iнколи за iменем англiйського економiста, сформулювавшого цю залежнiсть, називають «хрестом Маршала».

На рiвень яких витрат буде орiєнтуватися цiна в залежностi вiд вiдповiдностi попиту i пропозицii? Якщо попит дуже великий, то свiтова цiна може бути на рiвнi найгiрших нацioнальних умов виробництва (навiть якщо їх частка на ринку незначна), що дозволить виробникам в цих країнах також виходити свiтовий ринок i отримати прибуток, у країнах з середнiми i особливо кращими умовами виробництва прибуток виробника буде значно високий, що буде стимулювати вклади капiтала у виробництво цього товара, рост виробництва. Це приведе дозниження цiни i встановлення її у свiтовому маштабi виробництва.

Якщо ж маса товарiв на свiтовому ринку значно привущує попит на них, свiтову цiну визначають товари, виготовленi у країнах з кращими умовами виробництва. Виробники у країнах з поганими, а також середнiми умовами виробництва будуть примушенi покинути свiтовий ринок. Зменшення пропозицiї постiйно приводить до зниження свiтової цiни i її наближення до витрат при середнiх умовах виробництва.

На спiввiдношення попиту i пропозицiї на даний товар оказуть вплив пропозицiї на ринку працi iнших товарiв з цими ж споживацькими властивостями.

**2). Хоча основою цiноутворення на свiтовому ринку є міжнародна цiна виробництва**, це не означае, що споживацька вартiсть товара не вiдображається на цiні. Покупця товара наперед цiкавлять усi його споживацькi властивостi, та при iнших рiвних умовах вiн вiддасть перевагу товару з кращими властивостями. У процесi конкурентної боротьби на свiтовому ринку складаються не тiльки суспiльно необхiднi у свiтовому маштабi витрати (iнтернацiональна цiна виробництва), але i суспiльно необхiдна споживацька вартiсть товара. Вона вiдтворює з себе нормальну при данних умовах виробництва здiбнiсть цього товара задовольняти потреби людини у процесi особистого або виробницького споживання.

Свiтова цiна складається не тiльки на основi iнтернацiональної цiни виробництва та впливу попиту i пропозицiї. На цiноутворення впливає ще цiлий ряд факторiв.

Значний вплив на свiтовi цiни впливає зріст державного регулювання, а також протекцiонiстськi заходи у зовнiшнiй торгiвлi, рiзного роду кiлькiснi обмежування, митнi збори та iн., заважаючи зрiвнянню цiн на нацiональних та свiтових ринках. Таким же чином дiють i рiзнi внутрiшнi податки, особливо непрямi, якi набагато підвищують внутрiшнi цiни порівняно iз свiтовими. У той же час держава у цiлях збiльшення експорту виплачує експортнi премiї та здiйснює iншi форми субсидирування експорту, що приводить до штучного заниження зовнiшньоторгових цiн на окремi товари. Державнi позики та субсидiї, якi отримали у пiслявоеннї роки широке поширення, також впливають на зовнiшньоторговi цiни, оскiльки при постачаннях товарiв за рахунок позик країни-кредитори, як правило, пiдвищують цiни. Фактором, який впливає на цiни свiтового ринку, стало мiжнародне державне регулювання, особливо пов’язане з розвитком захiдноєвропейської економiчної iнтеграцiї. В СЕС здiйснюються спроби наднацiонального регулювання цiн в торговлi мiж країнами-учасниками. Це вiдноситься насамперед до цiн на сiльськогосподарську продукцiю.

Одним з найважливих факторiв, який оказує у сучасних умовах вплив на свiтовi цiни, стала НТР. Цей вплив сказується за двома напрямками. З одного боку, в умовах НТР ростуть продуктивнiсть працi i ефективнiсть виробництва, що веде до заниження витрат працi i вiдповiдно до заниження вартостi. З iншого боку, стають краще споживацькi властивостi товарiв, особливо промислових, як виробницького, так i особливого споживання. Покращення споживацьких властивостей, зв’язане з великими науковими та технiчними пошуками, ускладнення виробiв веде часто до збiльшення його вартостi в абсолютному вiдбиттi, однак значно збiльшується i його корисний ефект. Наприклад, якщо мова йде про машину, то росте її продуктивнiсть та знижуються експлуатацiйнi витрачання - при абсолютному збiльшеннi цiни машина стає значно дешевше. Прикладом такого роду вiдносного подешевшення можуть служити сучаснi лiтаки. Не дивлячись на те, що цiни лiтакiв зросли зрiвнянно з довоенним часом у десятки разiв, їх вiдносна вартiсть для споживача знизилась.

Таким чином, НТР призвела до вiдносного подешевшання промислової продукцiї iз рахунку на одиницю її корисного ефекта при можливому збiльшеннi її абсолютноi вартостi. Ця особливiсть сучасного НТП не завжди ураховується, коли мова йде про динамiку свiтових цiн на промислову продукцiю. Часто рост iндексiв цiн на промислову продукцiю не ураховує збiльшення її корисного ефекту.

**3) До числа основних видiв цiновоi полiтики вiдносяться:**

1. стратегiя «зняття вершків» - передбачає продаж товара первiсно за дуже високими цiнами, що значно перевищують цiни виробництва, а потiм поступове їх зниження. Характерна для реалiзацiї товарiв-новинок, що користуються успiхом. Умови застосування: виробник прямує можливо скорiше окупити витрачання та отримати прибуток на ринку товарiв-аналогiв, висока цiна сприймаеться вiдповiдним сегментом ринка як належна. Ця стратегiя звичайно застосована для умов низької еластичностi попиту або низької ефективностi маштабiв виробництва;
2. стратегiя «упровадження», «прориву» на ринок завдяки низьким цiнам. Завозимий на ринок товар має просту технологiю i технiчно нескладний. Стратегiя ефективна для товарiв з великим обсягом виробництва та великою еластичнiстю попиту. Пiсля виконання товаром «прориву» на ринок цiна його вертається до «нормального рiвню»;
3. стратегiя цiнового лiдера - встановлення цiни ведучою компанiєю-виробником та слiдування за цiєю цiною iнших фiрм. Вона має свої достоїнства та негативнi сторони для фiрм-послiдовникiв;
4. стратегiя диференцiйних цiн - використовується при легко сегментуємому ринку та високої iнтенсивностi попиту; облiки сприйняття покупцями диференцiйних цiн, неможливостi продажу товарiв по низьким цiнам в сегментах, в яких продавець реалiзує товари по високим цiнам; покриттi додаткових витрачань по проведенню стратегiї диференцiйних цiн додатковими поступами у результатi її проведення.

Стратегiя диференцiйних цiн дозволяє «поощряти» або «наказувати»рiзних покупцiв, стимулювати або стримувати продажи рiзних товарiв на рiзних ринках. Її рiзновиднiсть - стратегiя пiльгових i стратегiя дискримiнацiйних цiн.

До числа iнших цiнових стратегiй, якi використовуються виробниками на сучасному ринку, вiдносяться їх наступнi види :

1. єдиних цiн;
2. стабiльних, стандартних, незмiнних цiн;
3. нестабiльних, що змiнюються;
4. конкурентних цiн;
5. престижних цiн;
6. цiн масових закупок;
7. тiсного зв’язку рiвня цiн з якiстю товара.

У зовнiшньоторгових контрактах використовуються середньосвiтовi цiни, якi здiйснюються на основi конкурентних иматерiалiв.

Конкурентнi матерiали - оригiнали або копiї комерцiйних документiв, якi утримують цiни на аналогiчнi матерiали або данi для визначення цiн.