

# Лекция 3-4. Современный мировой рынок, его структура и конъюнктура. Ценообразование на мировых товарных рынках.

1. Мировой рынок начала XXI столетия, его структура
2. Конъюнктура мирового рынка и основные конъюнктурообразующие факторы
3. Исследование и прогнозирование конъюнктуры мирового рынка.
4. Ценообразование на мировых товарных рынках. Ценообразующие факторы в международной торговле.

|                                |                             |             |                |                           |                  |
|--------------------------------|-----------------------------|-------------|----------------|---------------------------|------------------|
| Рынок                          |                             |             |                |                           |                  |
| Рынок реальных ресурсов и благ |                             |             |                | Кредитно-финансовые рынки |                  |
| Рынок товаров                  | Рынок факторов производства |             |                |                           |                  |
| Потр. товары                   | Рынок труда                 | Рынок земли | Инвест. товары | Рынок кредитов            | Рынок инвестиций |
|                                |                             |             | Рынок капитала |                           |                  |

# Этапы развития рынка

## 1.

- *Внутренний рынок* - сфера экономического общения (обмена), в рамках которой все произведенное и предназначенное для продажи реализуется внутри данной страны. Иными словами, понятие внутренний рынок предполагает такие рыночные отношения, при которых отечественные продукты не уходят из страны, продаются отечественным потребителям.
- *Национальный рынок* - рынок данной страны, часть которого связана с международным обменом (экспортом и импортом товаров и услуг). Таким образом, внутренний рынок дополняется той частью экономического пространства данной страны, которая связана с международным экономическим обменом.



# Этапы развития рынка

## 2.

- *Международный рынок* - совокупность сегментов национальных рынков, которые связаны с зарубежными рынками и ориентированы на иностранных покупателей и продавцов.
- *Мировой рынок* - синтетическое понятие, объединяющее рынки всех стран мира в единое целое. При этом связь между рынками отдельных стран опосредствуется международной торговлей товарами и услугами, международным движением капитала и рабочей силы (в более широком контексте – международной миграцией населения), а также – во все более значительных масштабах – международным информационным обменом.



# Основные черты мирового рынка

## 1-2

- В его основе лежит развитие рыночного хозяйства, выходящего в поисках сфер и объектов сбыта, эффективного международного взаимодействия в целом за национальные рамки.
- Мировой рынок находит свое проявление в межгосударственном перемещении товаров, услуг и основных факторов производства (рабочей силы, капитала) под воздействием соотношения не только внутренних, но и внешних спроса и предложения.



# Основные черты мирового рынка

## 3-4

- Мировой рынок (в большей степени, чем внутренний) оптимизирует использование факторов производства, направляя их движение в наиболее экономически эффективные сферы рынка.
- Мировой рынок выступает в качестве своеобразного «фильтра», выбраковывающего из международного обмена те или иные товары, не соответствующие международным стандартам качества и не выдерживающие жестких требований международной конкуренции



В международной торговле различаются понятия т.н. *торгуемых товаров (tradable goods)*, которые реализуются на зарубежных рынках и *неторгуемых товаров (nontradable goods)*, которые не реализуются за рубежом, а реализуются лишь в той стране, где они были произведены.



# *Торгуемые товары* (по Стандартизированной промышленной классификации - группы 1-3):

- Сельское хозяйство, охота, лесное хозяйство и рыболовство (их продукция).
- Продукция добывающей промышленности.
- Продукция обрабатывающей промышленности.





## *Неторгуемые товары (группы 4-9):*

- Коммунальные услуги и строительство.
- Оптовая и розничная торговля, рестораны и гостиницы.
- Транспортировка, хранение и связь и финансовое посредничество.
- Оборона и обязательные социальные услуги.
- Образование, здравоохранение и общественные работы.
- Прочие коммунальные, социальные и личные услуги.



# Торгуемые товары

- *экспортируемые*
- *импортируемые*



# Экспортируемые товары

- *товары реального экспорта*
- *субституты экспорта* - те отечественные товары, которые в данный момент продаются на внутреннем рынке, но в определенной ситуации могут быть реализованы и за рубежом)



# Импортируемые товары

- *товары реального импорта*
- *субституты импорта* - те отечественные товары, которыми в случае необходимости можно заменить иностранные товары



## Политика импортозамещения

(нередко с привлечением при этом иностранных инвестиций) страны - постепенное замещение отдельных импортируемых видов продукции или отдельных узлов, комплектующих изделий для производства конечной продукции на отечественную продукцию, стремясь при этом максимально активизировать отечественное производство.



# Конъюнктура

В широком смысле под конъюнктурой понимается конкретное состояние (ситуация) на данном рынке в определенных временных, географических и иных рамках, складывающееся под воздействием совокупности целого ряда факторов (*конъюнктурообразующих факторов*).



# Уровни конъюнктуры

- общеэкономическая конъюнктура (положение в мировом хозяйстве в целом, в регионе (группе стран), в экономике отдельных стран);
- конъюнктура отдельных сегментов мирового рынка и отраслевая конъюнктура;
- конъюнктура рынков отдельных товаров и услуг.



# Временные критерии конъюнктуры

- текущая конъюнктура;
- кратко- и среднесрочная конъюнктура;
- долгосрочная конъюнктура





Конъюнктура мирового рынка постоянно  
изменяется под воздействием широкой  
совокупности факторов (экономических,  
научно-технических, политических,  
социальных и др.) -  
*конъюнктурообразующих факторов.*





**В начале XXI столетия существенное значение в исследовании конъюнктуры мирового рынка имеет анализ тенденций, которые реализуются в т.н. «теневой» экономике – то есть в экономике, хозяйственная деятельность в которой либо не регистрируется, либо скрывается от государственного наблюдения.**



На рубеже XX – XXI столетий в развитых странах теневая экономика была эквивалентна 12-15% ВВП, в странах с переходной экономикой – 23%, а в развивающихся странах – 33% ВВП. Среди промышленно развитых стран нелегальный бизнес был наиболее развит в Италии, Испании и Бельгии (23-28% ВВП), наименее развита была теневая экономика в Швейцарии, Японии и США – около 10% ВВП. В России теневая экономика Госкомстатом РФ оценивалась в этот период в 30%.



В начале XXI века по заказу МВФ было проведено несколько исследований теневой экономики в мире. В своих научных докладах (в 2000 г. по 76 странам, 2004 г. по 110 странам и в 2005 г. по 145 странам) исследователи из Австрии и Германии под руководством профессора Ф.Шнайдера пришли к выводу, что масштабы теневой экономики растут во всем мире, в том числе и в странах Западной Европы. В ЕС в теневой экономике частично или полностью заняты более 20 млн. человек. В 96 развивающихся странах уровень теневой экономики составил 38,7% от ВВП, в 21 развитой стране -16,3% от ВВП



# Методы прогнозирования конъюнктуры

- *1. Экстраполяция*, в основе которой лежит предположение, что динамика основных условий, тенденций и причинных факторов предыдущего периода сохранится и в будущем периоде, что новые технологии будут внедряться равномерно, без резких скачков и структурных деформаций. При несомненных достоинствах этого метода прогнозирования, связанных с учетом тех тенденций развития рынка, которые уже сформировались ранее и отчетливо проявляются в данный период, экстраполяции присущи определенные недостатки, связанные с инерционностью как самих анализируемых тенденций, так и подходов к ним.
- *2. Экспертные оценки*, основанные на прогнозах наиболее авторитетных ученых и специалистов. Этот метод используется достаточно часто – например, в форме так называемых «мозговых атак», его достоинства связаны с отходом от инерционности развития и с выдвижением новых гипотез развития рынка. Однако недостатком этого метода является вполне определенная субъективность экспертных оценок.
- *3. Экономико-математическое моделирование с использованием компьютерных технологий*. Это наиболее современный метод прогнозирования развития мирового рынка, во многом синтезирующий достоинства первых двух методов.

# Ценообразование

По своему наиболее общему и традиционному определению *цена* выступает как *образовавшаяся в результате действия множества факторов денежная сумма, которую намерен получить продавец, реализуя свой товар, и которую готов заплатить за данный товар покупатель.* При этом реальная цена, как следует из постулатов и графических схем экономической теории, является «точкой пересечения» кривых спроса и предложения.







# Мировые цены

В основе системы множественности цен лежат так называемые *мировые цены (world prices)*, под которыми понимают *цены крупномасштабных экспортно-импортных сделок, заключаемых на мировых товарных рынках, в основных центрах мировой торговли.*



# Характеристики мировых цен

- они устанавливаются в свободно конвертируемой валюте (поскольку оплата в неконвертируемой или ограниченно конвертируемой валюте ведет к необоснованному завышению цен);
- это цены на товары ведущих производителей и поставщиков (продавцов), имеющих существенную долю в общем объеме данной продукции и постоянно воспроизводящих (сохраняющих) свое ведущее положение на данных товарных рынках;
- это цены крупномасштабных сделок, предусматривающих отдельные, не связанные между собой экспортные и импортные операции (в противном случае, при осуществлении встречных или бартерных сделок партнеры по торговым соглашениям могут пойти на значительные отклонения в ценах);
- применительно к рынкам топливно-сырьевых товаров речь идет о ценах в регионах мира, где сосредоточено их производство и/или торговля (это цены так называемых базисных или репрезентативных (представительных) рынков.

# Классификация внешнеторговых цен



# Классификация контрактных цен



# Ценовые скидки

сознательное и согласованное  
продавцами и покупателями  
уменьшение цены (фактически это так  
называемое «уторговывание» цены с  
учетом состояния рынка и условий  
заключаемых контрактов).



# Классификация ценовых скидков

