

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО МОРСКОГО И РЕЧНОГО ТРАНСПОРТА
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
профессионального образования
«Государственный университет морского и речного флота
имени адмирала С.О. Макарова»

Факультет экономики и финансов
Кафедра экономика водного транспорта
Реферат по дисциплине: Экономика ВЭД
на тему «Ценообразование во внешней торговле»
Выполнил студент
группы ЭФ-51
Разживина В.Ю
Проверил:
к.э.н доцент Дементьева Н.В
Санкт - Петербург 2014 г.
Содержание:

Введение

1. Основы и особенности ценообразования во внешней торговле
 2. Ценообразование на различных типах рынков
 - 2.1 Рынок совершенной (чистой) конкуренции
 - 2.2 Рынок чистой монополии
 - 2.3 Монополистический рынок
 - 2.4 Рынок конкуренции немногих поставщиков - олигополия
 - 2.5 Влияние государства на внешнеторговые цены
 3. Практика и методы определения внешнеторговых цен
 4. Структура внешней торговли России. Внешняя торговля со странами дальнего зарубежья
 - 4.1 Внешняя торговля со странами СНГ
 - 4.2 Проблемы международной торговли в России
 - 4.3 Перспективы развития международной торговли России
- Заключение
Список литературы
Введение

Внешняя торговля (foreign trade) - это торговля между странами, включающая вывоз экспорт и ввоз (импорт) товаров и услуг. Внешняя торговля проводится благодаря

коммерческим операциям, проводимым самостоятельно компаниями, фирмами и государственными организациями, а прерогативой государства остается торговля оружием и стратегическим сырьем, а также установление правил, норм, ограничений, налогов на торговые операции, проводимые участниками внешней торговли. Уровень внешней торговли характеризуется объемом внешнеторгового оборота, состоящим из экспорта, импорта и реэкспорта. Внешнеторговый оборот рассчитывается в сопоставимых ценах, отражающих его физический объем, и в текущих (фактических) ценах. Критерием места и значения внешней торговли в народном хозяйстве страны является удельный вес экспорта и импорта (экспортная и импортная квота) в валовом внутреннем продукте.

Ценообразование - в ценовом механизме следует разделять и выделять две взаимодействующие части. Это, с одной стороны, сами цены, их виды, структура, величина, динамика изменения и, с другой стороны - ценообразование как способ, правила установления, формирования новых цен и изменения действующих.

Ценообразование, с которым мы знакомы гораздо меньше, чем с ценами, выступает активной, задающей частью всего ценового механизма. Оно, собственно, и предопределяет цену. Но чаще всего ценообразование от нас скрыто, а цены мы видим наяву. Цены и ценообразование составляют в своем единстве ценовой механизм.

Россия, обладая 150-миллионным населением, обладая значительными энергетическими ресурсами, достаточно высококвалифицированными трудовыми ресурсами при пониженной стоимости рабочей силы, Россия представляет собой огромный рынок товаров, услуг и капиталов. Однако степень реализации этого потенциала во внешнеэкономической сфере весьма скромна. Доля России в мировом экспорте в 2012 году составила 2,6%. Таким образом, в рейтинге крупнейших экспортеров мира она заняла лишь 12 место. ценообразование внешний торговля рынок

Основными статьями экспорта являются нефть и нефтепродукты, природный газ, металлы, древесина и продукты из дерева, химикаты и широкий спектр гражданской и военной промышленной продукции. Импортируются, главным образом, техника, транспортные средства, фармацевтическая продукция, пластмассы, металлические полуфабрикаты, мясо, фрукты и орехи, оптические и медицинские инструменты, железо, сталь.

Основными потребителями российского экспорта являются, по состоянию на 2011 год, Нидерланды (12,2 % от общего объёма), Китай (6,4%), Италия (5,6 %), Германия (4,6 %), Польша (4,2 %). Большая часть импорта поступает из Китая (15,5 %), Германии (10 %), Украины (6,6 %), Италии (4,3 %).

Объём прямых иностранных инвестиций в российской экономике на 2012 год составляет около 596.2 млрд долл. (13 место в мире). Российскими инвесторами за рубежом размещено более 487 млрд долл. (14 место в мире)

1. Основы и особенности ценообразования во внешней торговле

При анализе процессов, связанных с ценообразованием на мировых товарных рынках

необходимо внимательное изучение всех факторов, оказывающих влияние на формирование цен, как общего порядка, так и чисто прикладных. От цен зависит, какие издержки производителей будут возмещены после продажи товара, какие нет, каков уровень доходов, прибыли и куда будут, и будут ли в дальнейшем направлены ресурсы, возникнут ли стимулы для дальнейшего расширения внешнеэкономической деятельности (ВЭД).

В условиях рыночной экономики ценообразование во внешней торговле, также как и на внутреннем рынке, осуществляется под воздействием конкретной рыночной ситуации. В принципиальном плане само понятие цены сходно и для характеристики внутреннего рынка, и для характеристики внешнего. Цена, в том числе в международной торговле, - это денежная сумма, которую намерен получить продавец, предлагая товар или услугу, и которую готов заплатить за данный товар или услугу покупатель. Совпадение указанных двух требований зависит от многих условий, получивших название «ценообразующих факторов». По характеру, уровню и сфере действия они могут быть разграничены на пять нижеперечисленных групп. Общеэкономические, т.е. действующие независимо от вида продукции и конкретных условий ее производства и реализации. К ним относятся:

- экономический цикл;
- состояние совокупного спроса и предложения;
- инфляция.

Конкретно экономические, т.е. определяемые особенностями данной продукции, условиями ее производства и реализации. К ним относятся:

- издержки;
- прибыль;
- налоги и сборы;
- предложение и спрос на этот товар или услугу с учетом взаимозаменяемости;
- потребительские свойства: качество, надежность, внешний вид, престижность.

Специфические, т.е. действующие только в отношении некоторых видов товаров и услуг:

- сезонность;
- эксплуатационные расходы;
- комплектность;
- гарантии и условия сервиса.

Специальные, т.е. связанные с действием особых механизмов и экономических инструментов:

- государственное регулирование;
- валютный курс.

Внеэкономические, политические; военные.

Как отмечалось выше, цены определяются условиями конкуренции, состоянием и соотношением спроса и предложения. Однако на международном рынке процесс ценообразования имеет особенности. С учетом этого следует рассматривать и действие перечисленных выше групп ценообразующих факторов. Взять к примеру спрос и предложение. Известно, что соотношения спроса и предложения в условиях

мирового рынка ощущаются субъектами внешней торговли гораздо острее, нежели поставщиками продукции на внутреннем рынке. Участник международной торговли сталкивается на рынке с большим числом конкурентов, чем на рынке внутреннем. Он обязан видеть перед собой мировой рынок, постоянно сравнивать свои издержки производства не только с внутренними рыночными ценами, но и с мировыми.

Производитель-продавец товара на внешнем рынке находится в режиме постоянного «ценового стресса». Значительно больше на международном рынке и покупателей.

Во-вторых, в рамках мирового рынка факторы производства менее мобильны. Никто не будет оспаривать тот факт, что свобода передвижения товаров, капитала, услуг и рабочей силы значительно ниже, чем в рамках одного конкретного государства. Их перемещение сдерживается национальными границами, отношениями в валютной сфере, что противодействует выравниванию затрат и прибыли. Естественно, что все это не может не отражаться на формировании мировых цен. Под мировыми ценами понимаются цены крупных экспортно-импортных сделок, заключаемых на мировых товарных рынках, в основных центрах мировой торговли. Понятие «мировой товарный рынок» означает совокупность устойчивых, повторяющихся операций по купле-продаже данных товаров и услуг, имеющих организационные международные формы (биржи, аукционы и т.д.), или выражающиеся в систематических экспортно-импортных сделках крупных фирм-поставщиков и покупателей. И в мировой торговле к факторам, под воздействием которых складываются рыночные цены, прежде всего естественно относится состояние спроса и предложения.

Практически на цену предлагаемого товара влияет:

- платежеспособный спрос покупателя данного товара, т.е. попросту говоря, наличие денег;
- объем спроса - количество товара, которое способен приобрести покупатель;
- полезность товара и его потребительские свойства.

На стороне предложения составляющие ценообразующие факторы:

- 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.

Общим фактором является замещаемость предлагаемого к реализации товара другим, удовлетворяющим покупателя. На уровень мировых цен воздействуют валюта платежа, условия расчета и некоторые другие, как экономические, так и внеэкономические факторы.

На мировом рынке возможны случаи «искажения соотношения спроса и предложения». В случае громадного спроса на товар может возникнуть ситуация, при которой на рынок будет выброшен товар, произведенный в наихудших условиях по национальной цене, которая по существу и будет какое-то время определять мировую цену и которая наверняка будет весьма высокой. И наоборот, нередко предложение значительно превышает спрос. Тогда основной объем продаж приходится на те субъекты международной торговли, условия производства в которых наилучшие, а цены ниже. (В данном контексте нелишне отметить и такой

нюанс: даже если крупнейший производитель товара в какой-либо стране является крупнейшим поставщиком этого продукта на национальный рынок, то это не значит, что он займет лидирующее положение и на мировом рынке. Зачастую на международном рынке большую часть товаров реализуют страны, не являющиеся с экономической точки зрения крупными и мощными державами.).

При работе с ценами рынка, в том числе внешнеторговыми, следует учитывать различия в них с учетом позиций отдельных сторон и рыночной ситуации. Во-первых, существуют понятия «цены продавца», т.е. предлагаемые продавцом, а значит, относительно более высокие, и «цены покупателя», т.е. принимаемые и уплачиваемые покупателем, а значит, относительно более низкие. Во-вторых, в зависимости от рыночной конъюнктуры, «рынок продавца», на котором из-за преобладания спроса коммерческие показатели и цены диктует продавец и «рынок покупателя», на котором из-за преобладания предложения господствует покупатель и ситуация в части цен противоположная. Но эта рыночная ситуация все время изменяется, что находит отражение в ценах. А это значит, что она должна быть предметом постоянного наблюдения и изучения. В противном случае в определении цен возможны очень серьезные ошибки.

В последние два-три десятилетия важную роль в ценообразовании на товары, в особенности в мировой торговле, занимают сопутствующие услуги, оказываемые производителем и поставщиком какого-либо товара импортеру или конечному потребителю. Речь идет об общепринятых условиях поставки: техническое обслуживание, гарантийный ремонт, другие специфические виды услуг, связанные с продвижением, реализацией и использованием товара. Данный аспект особенно важен в современных условиях, в период развития высоких технологий, усложнения машин и оборудования. Известны примеры, когда стоимость услуг при экспорте оборудования и машин составляла 60-процентную долю в цене поставки. Развитие науки и технологии, оказывая влияние на совершенствование качественных характеристик товара, с другой стороны воздействует на мировые цены. Внедрение новых технологий повышает производительность труда, эффективность производства, снижает затраты труда. В условиях НТР в абсолютном выражении цена растет практически для всех групп товаров. Однако с учетом т.н. полезного эффекта (например, возрастает скорость, надежность и т.д.) относительная стоимость товара, а значит, и его цена для потребителя снижается. При анализе цен следует учитывать и движение экономического цикла, что в сфере международных экономических отношений имеет определенную специфику. Так, в стадии депрессии, цены как правило, не повышаются. И наоборот, в стадии подъема в связи с превышением спроса над предложением цены возрастают. (Хотя и то и другое распространяется на международную торговлю замедленно, в зависимости от сферы и глубины этих явлений и тем более на фазе кризиса и подъема). Необходимо отметить, что в зависимости от вида товаров и товарных групп динамика изменения цен отличается. Так, при изменении конъюнктуры наиболее резко и быстро меняются цены практически на все виды сырья, медленнее реакция производителей и поставщиков полуфабрикатов, еще слабее «реакция цен» на продукцию

машиностроительного комплекса.

2. Ценообразование на различных типах рынков

В рыночной экономике процесс ценообразования в торговле между внешнеэкономическими субъектами разных стран осуществляется в условиях конкурентной среды, динамического равновесия между спросом и предложением, а также сравнительной свободы поведения на рынке экспортера и импортера. Однако данные постулаты требуют поправок в зависимости от типа рынка. Главным критерием классификации типов рынков, в том числе и мировых, является характер и степень свободы конкуренции. Экономисты различают четыре типа рынков: рынок совершенной (чистой) конкуренции; рынок чистой монополии; рынок монополистической конкуренции; рынок конкуренции немногих поставщиков олигополия. Прежде всего, эти рынки отличаются друг от друга количеством субъектов торговли. Последнее очень сильно влияет на механизм ценообразования.

2.1 Рынок совершенной (чистой) конкуренции

Характеризуется, прежде всего, очень большим числом субъектов внешней торговли (покупателей и продавцов) и сравнительно однородным характером поставляемой продукции. Под воздействием спроса и предложения цены имеют тенденцию к сближению, т.е. в данном регионе, в данный временной промежуток цены практически одинаковы. Согласно практическим наблюдениям, в условиях данной рыночной модели стремление каждого экспортера к получению максимальной прибыли приводит к снижению цены на товар. Для сохранения своих позиций на рынке экспортер прибегает к скидкам (или дискаунту), который не столь значителен 3-5%. Выигрыш экспортера - в возрастающих объемах поставок. Замечено, что на рынке совершенной конкуренции поставщики продукции (ими могут быть как сами производители-экспортеры, так и их торговые агенты) стремятся к максимизации удовлетворения потребительского спроса. Конкурирующие фирмы-поставщики ориентируются на товары, произведенные по более эффективным технологиям, а производители, на продажу товара по достаточно низкой цене с учетом своих издержек производства. На практике к данному типу рынка (с определенным резервом) можно отнести, например, международную торговлю различными товарами широкого потребления - одеждой, обувью, табаком, сельхозпродукцией и в т.ч. продовольствием и т.д.

2.2 Рынок чистой монополии

Характеризуется наличием одного единственного поставщика товара. Ценообразование в этом случае диктуется монополистом, он контролирует все предложения, варьирует цены в зависимости от спроса и может вызывать изменения цен, манипулируя объемами производимой продукции, заранее заручается на

рынках зарубежных стран эксклюзивным правом на поставку своей продукции, чем уже и юридически затрудняет проникновение конкурента.

Монополист в силу самой природы данного рынка стремится установить цены на товар на наиболее высоком уровне по методу полных затрат, включающих издержки производства и желательную (для производителя) прибыль. Существуют, однако, определенные установки, которых вынужден придерживаться монополист. Так, несмотря на единоличное присутствие на рынке, монополист, как правило не назначает наивысшую цену на товар, потому что в конечном счете общая прибыль может быть меньше. Происходит, правда под диктовку монополиста, такой оптимальный подбор объемов производства и цен, чтобы совокупный доход был как можно выше, который все же будет ниже максимума прибыли на единицу продукции. Это и естественно, так как не все участники мирового рынка имеют возможность приобрести товар по наивысшей цене. Имеется понятие «ценовая дискриминация», означающая, что монополичный поставщик товара на международный рынок варьирует цену на поставляемый товар в зависимости от страны-импортера, точнее от финансовых возможностей импортера. Однако при этом всегда имеется в виду, возможен ли дальнейший реэкспорт данной продукции. Дискриминационные цены, как правило, устанавливаются на изолированных рынках, исключающих реэкспорт. В мировой практике в настоящее время чистых монополистов сравнительно немного. В 70-80-е годы на мировом космическом рынке чистым монополистом выступали США через компанию НАСА, которая полностью контролировала коммерческие запуски (СССР все-таки по не вполне понятным причинам отсутствовал на этом рынке). Практически чистым монополистом является компания Де Бирс на рынке алмазов.

2.3 Монополистический рынок

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. Характер ценообразования конкурентный, с приоритетом монополизма в пределах рынка дифференцированного фирменного продукта.

Господство крупных фирм одной страны на рынке отдельных товаров ослабляется натиском крупных монополистических фирм другой страны, а также более «легковесных» конкурентов, стремящихся получить свою долю высокой прибыли. В случае взвинчивания цен со стороны монополий всегда находятся конкуренты, способные дать более выгодные предложения, т.е. лучшие цены.

Значительное влияние на цены оказывает конкуренция монополий, представляющих разные отрасли, предлагающие товары с различной товароведческой характеристикой и разными физическими свойствами, но которые используются для одной и той же цели. В качестве примера может служить конкуренция между производителями-поставщиками металла и пластмасс автомобилестроительным концернам. При формировании цен учитывается и

конкуренция товаров заменяющих по своим качествам традиционные. Например, компании Австралии и Англии, традиционно поставлявшие на мировой рынок шерсть, сталкиваются с серьезной конкуренцией со стороны производителей-поставщиков химических волокон.

2.4 Рынок конкуренции немногих поставщиков - олигополия

Характеризуется наличием нескольких крупных компаний производителей-поставщиков, обладающих значительными сегментами рынка, полностью или практически полностью обеспечивающих поставку товаров на мировой рынок. Между фирмами и странами-импортерами, как правило, существуют соглашения о сотрудничестве (т.е. разделены сферы влияния), зачастую фирмы обладают эксклюзивными правами на покупку стратегически необходимого сырья, вкладывают огромные средства на рекламные мероприятия.

Практика ценообразования на поставляемую продукцию показывает, что любое крупное решение, принимаемое экспортером, - установление цены, определение объемов производства, закупок, инвестиций и т.д. - требует взвешивания вероятной реакции конкурентов. Важную роль в плане сохранения компаниями статус-кво играют неафишируемые для широкой публики неофициальные договоренности основных конкурентов. В ходе специальных переговоров достигаются соглашения о фиксации цен, о разделе рынков сбыта, об объемах производства.

Потребность в относительной координации деятельности на мировом рынке привела компании к созданию специальных механизмов, с помощью которых можно было бы действовать с большей долей предсказуемости. Наиболее простой формой такого механизма является картель, в рамках которого предполагается формальное письменное соглашение относительно объемов производства и ценовой политики. Компании договариваются о разделе рынков сбыта с целью поддержания согласованных уровней цен. Наиболее известным картелем, регулировавшим до недавнего времени мировой рынок нефти, был ОПЕК (Организация стран экспортеров нефти). В течении длительного периода времени картелю удавалось довольно успешно координировать нефтяные рынки.

Для компаний, участвующих в работе подобных механизмов, характерна тенденция к максимизации прибылей, т.е. их поведение в определенной степени напоминает действие чистых монополий. Величина воздействия субъектов олигополистического рынка на уровень цен зависит главным образом от степени монополизации рынка, от того, насколько силен контроль за производством и сбытом товара, источниками сырья и за другими не менее важными факторами. Отмечено, что чем выше степень монополизации, тем выше уровень монопольных цен и тем меньше их колебания.

Вместе с тем ценообразование на рынках машин и оборудования, например, по сравнению с сырьем и полуфабрикатами - процесс значительно отличающийся, а анализ формирования цен на конкретные изделия, поставляемые на международный рынок, затруднен из-за различий конструктивного характера, многообразия

оборудования и т.д. Тем не менее, поставщики аналогичной продукции на мировой рынок имеют определенное представление о ценах конкурента. Как правило, уровень цен отражает конкретные производственные издержки с добавлением определенного процента, с учетом конкретного рынка сбыта, партнера, региона и т.д.

2.5 Влияние государства на внешнеторговые цены

Государственное регулирование внутренних цен, субсидирование экспорта, поддержка импорта, проведение таможенно-тарифной политики и т.д. в конечном счете оказывает существенное влияние и на цены внешние, причем тем больше, чем мощнее присутствие компаний данной страны на мировом рынке.

Государство регулирует цены внутреннего рынка, в основном, с помощью двух инструментов: гарантируя производителям уровень продажных цен и предоставляя субсидии для покрытия издержек производства. Хрестоматийными являются пример поддержки государством сельского хозяйства в США и сельскохозяйственная политика ЕС. В США государство предоставляет субсидии из федерального бюджета в случае понижения рыночных цен ниже гарантированного уровня цен. Специальная правительственная организация по гарантированным ценам принимает в залог у производителей сельскохозяйственные продукты и в случае, если цены рынка превысят залоговые, производитель выкупает свой товар и продает его на рынке.

Если цены ниже залоговых ставок, то товар остается в собственности правительственной организации. Таким образом, США, являясь крупнейшим экспортером агропродукции, путем поддержки собственных производителей принимает действенные меры по сохранению такого зазора мировых цен, в результате которых и собственный производитель не остается в проигрыше, и уровень мировых цен остается под контролем.

Эффективен механизм ценообразования в ЕС, разработанный по каждому виду сельхозпродукции и для каждого региона. Устанавливаются несколько категорий цен - индикативные цены, определяемые Сообществами как желательные, минимальные цены импорта или пороговые, минимальные продажные цены, гарантированные производителю интервенциями, официальными организациями. Существование пороговой цены защищает рынок от импорта, цена интервенции гарантирует минимальный доход производителям. Таким образом протекционизм на границах ЕС защищает производителей от резких толчков мирового рынка. Продуманная агрополитика ЕС позволила в течение 10-15 лет пройти путь от импортера сельхозпродукции до положения близкого к самообеспечению и второго мирового экспортера.

Что касается машиностроительных и сырьевых отраслей, то воздействие государства на уровень цен, как правило, осуществляется косвенным образом. Например, государство берет на себя часть финансирования НИОКР, проводит преимущественно скрытое финансирование экспорта, ведет протекционистскую таможенную политику. Так, предоставляя экспортные субсидии компаниям, государство позволяет им держать экспортные цены на уровне мировых и не

покидать рынок. Устанавливая низкий уровень импортных пошлин, например, на сырье, государство имеет своей целью повышение конкурентоспособности на внешнем рынке тех товаров, на изготовление которых оно идет. Одной из разновидностей воздействия на цены мирового рынка является демпинг. Цель демпинга - завоевание определенным товаром или группой товаров внешнего рынка путем продажи товаров на мировом рынке по ценам ниже внутренних. В дальнейшем убытки покрываются путем повышения цен на внешнем рынке, а затем и за счет проникновения в экономику стран-импортеров.

Имеются и другие механизмы и инструменты, используемые государством для проведения внешнеторговой политики (квоты, добровольное ограничение экспорта и т.д.), использование которых в конечном счете оказывает существенное влияние на уровень цен на мировом рынке, особенно если данная страна является, с экономической точки зрения, крупной.

3. Практика и методы определения внешнеторговых цен

Для современного мирового рынка характерно наличие большого количества различных отраслевых рынков товаров и услуг, множественность цен. На практике цена на конкретную продукцию одного и того же рынка может существенно различаться. Поэтому при обосновании, определении и согласовании внешнеторговой цены необходимо иметь четкое представление о характере сделки, диктующей особенность «отбора» цены:

использование цен отдельных экспортных и импортных операций;

цены в условиях оплаты наличными;

цены, формирующиеся в рамках обычных коммерческих сделок.

Исходя из данных посылок ясно, что цены, фиксируемые в рамках долгосрочных межгосударственных соглашений, будут существенно отличаться от цен в сделках, или от цен на товар, оплачиваемый путем сложных банковских операций, в условиях определенных валютных ограничений и т.д.

Поставщики товара на внешний рынок встречаются с существенными колебаниями цен, предоставлением различных скидок, приложением надбавок. Кроме того, практически всегда цены на аналогичную продукцию отличаются, т.к. разные поставщики поставляют товары различного качества, комплектации и т.п.

Значительную долю в конечной цене составляют транспортные расходы.

В современной международной торговле, особенно в торговле сырьевыми товарами и полуфабрикатами заметное место занимают посреднические фирмы, также имеющие свою прибыль в результате осуществления продаж. Что же касается торговли машинно-технической продукцией, технически сложными товарами, то здесь цены, как правило, формируются только при непосредственном контакте между продавцом-производителем и покупателем-потребителем. При этом в цену включаются самые различные составляющие - надбавки за гарантию, предпродажный и послепродажный сервис, упаковку и др.

Для изучения и использования на практике ценовых показателей мирового рынка необходимо знать основные источники сведений о ценах. В настоящее время созданы специальные банки данных практически для всех товаров и товарных групп по регионам и временным периодам (для товаров сезонных). Огромные возможности предоставляет система компьютерных телекоммуникаций, позволяющая в считанные минуты получить ориентировку практически на все поставляемые на мировой рынок товары. Однако это будут цены ориентировочные, позволяющие экспортеру и импортеру иметь стартовую площадку для переговоров по ценам поставки. Механизм же ценообразования остался старым: анализ спроса и предложения, проект цены, исходя из ситуации на рынке, и формирование контрактной цены в ходе непосредственных переговоров поставщика и покупателя. Информацию о ценах мировых товарных рынков принято подразделять на несколько групп.

4. Структура внешней торговли России. Внешняя торговля со странами дальнего зарубежья

По стоимости внешнеторгового оборота преобладает торговля со странами Дальнего зарубежья. В 2013 году она составила 729,4 млрд. рублей, против 114,8 млрд. со странами СНГ. При этом, доля увеличилась по сравнению с прошлым годом в пользу стран Дальнего зарубежья. Если говорить о структуре торговли, то со странами СНГ она существенно снизилась - по экспорту на 7,2%, а по импорту на 8%. Это связано с усилением ограничительных мер в отношении российских товаров, уменьшением торговли внутри Таможенного союза, а также экономическими и политическими сложностями с одним из основных торговых партнеров России - Украиной.

В торговле со странами Дальнего зарубежья и экспорт и импорт, увеличились более чем на 1% по сравнению с прошлым годом. Несмотря на то, что к концу года физический объем экспорта нефтепродуктов уменьшился, стоимость все равно была высока. Это позволило достичь превышения показателя экспорта по сравнению с прошлым годом.

По обоим группам стран соотношение экспорта и импорта одинаково - и в те, и в другие Россия поставляет сырьевые товары, а закупает больше готовой продукции - техники, продукции сельскохозяйственной, химической, легкой промышленности,

4.1 Внешняя торговля со странами СНГ

Во внешней торговле со странами СНГ наблюдается серьезный спад. Показатели и по импорту, и по экспорту ниже аналогичных показателей прошлого года. По данным таможенной статистики внешнеторговый оборот со странами СНГ составил 114,8 млрд. долларов (что меньше, чем в прошлом году), экспорт 73490,3 (снизился на 7,2%). В общем объеме экспорта на торговлю со странами СНГ приходится 13,9%.

4.2 Проблемы международной торговли в России

Внешняя торговля по-прежнему выступает главным источником несанкционированного оттока капитала за рубеж. Чрезвычайно высокая концентрация поставок на узкой группе топливно-сырьевых товаров и материалов делает экономику страны очень уязвимой к колебаниям мировой конъюнктуры

и ограничивает возможности эффективного участия в международном разделении труда. Закономерное и нормальное для стадии экономического подъема расширение импорта в России в отсутствие достаточного числа конкурентоспособных отечественных поставщиков сопровождалось усилением позиций зарубежной продукции на внутреннем рынке, в том числе по многим чувствительным для страны позициям.

2013 год выдался сложным и противоречивым для развития экономики России. Пессимистичные прогнозы о внешней торговле в начале года, сложившиеся под влиянием кризиса еврозоны, конфликтов на Ближнем Востоке и общем снижении темпов роста всей мировой экономики в целом сменились на противоположные уже к концу года, и в конечном итоге, показатели внешней торговли остались на уровне предыдущего года.

Кроме того, отмечается высокая зависимость благополучия финансовых, бюджетных и внешнеэкономических показателей от цен на топливно-сырьевой комплекс. Их колебания делают стабильность экономики крайне неустойчивой.

Также, в качестве негативного момента, можно отметить то, что интерес к роли науки и инновационного процесса довольно низок в России. Если в Японии и США расходы на НИОКР достигают 3% ВВП, в странах ЕС - около 2, то в России - меньше 1%. Доля России на мировых рынках высокотехнологичной продукции составляет только 0,3% - это в 130 раз меньше, чем в США. Россия отстает от ведущих стран запада по уровню внедрения информационных технологий. В наиболее развитых странах Западной Европы доля информационно-коммуникационных технологий в ВВП составляет 2,5-4,5%, а в России этот показатель не превышает 1%.

4.3 Перспективы развития международной торговли России

Согласно прогнозу развития торговли HSBC, в течение последующих 5 лет торговля России на мировом рынке будет увеличиваться со скоростью около 6% в год. В период с 2017 по 2021 годы, ежегодный прирост торговли будет составлять приблизительно 7,56%. К 2026 году объем внешней торговли РФ вырастет на 165,54%, в то время как среднегодовой рост международной торговли России составит 6,08%.

До 2026 года внешняя торговля РФ будет развиваться по восходящей линии, опережая средние темпы развития мировой торговли. Данный прогноз основывается не только на экспорте сырьевых товаров (таких как нефть, газ и металлы) и спросе на автомобили и технологии, но и указывает на преимущества развития торговых отношений России со странами АТЭС (Филиппины, Китай и Гонконг), так как именно эти страны будут стимулировать развитие международной торговли, начиная с 2015 года.

Крупнейшим партнером России по экспорту является Китай. Ожидается, что в течение следующих 5 лет ежегодный прирост экспорта в КНР составит 6,96%. "Газпром" и китайская компания CNPC подписали в Шанхае крупный договор на поставки российского газа в Китай.

Россия, опасаясь дальнейших санкций ЕС в связи со своей политикой в отношении

Украины, активно ищет альтернативные рынки для сбыта своего природного газа. Детали сделки не разглашаются, однако, как предполагают аналитики, ее общая стоимость составляет около 400 млрд долларов.

До заключения нынешнего соглашения стороны безуспешно пытались договориться друг с другом в течение 10 лет

Заключение

В условиях рыночной экономики цена определяется соотношением спроса и предложения. В принципиальном плане процесс ценообразования на внутреннем и внешнем рынках схож, однако деятельность на внешнем рынке осложняется наличием гораздо большего числа продавцов и покупателей, более острой конкуренцией. Процесс ценообразования на международных рынках во многом зависит от типа рынка, в рамках которого действует соответствующий субъект внешней торговли. Современному рынку присуща множественность цен. Для изучения и использования на практике ценовых показателей необходимо знать основные источники сведений о ценах. Механизм ценообразования анализ спроса и предложения, проектирования цен - исходя из ситуации на рынке - и формирование контрактной цены. Валютно-финансовые и банковские организации занимают важное место в системе международных экономических отношений. Некоторые организации (МВФ) являются универсальными. Радикальные изменения в мировом хозяйстве на рубеже 80-90-х годов привели к необходимости адаптации международных валютно-кредитных и финансовых организаций к новым условиям деятельности. Возросло значение региональных финансово-банковских организаций. Создан ряд новых региональных банковских учреждений. Существенна роль валютно-кредитных институтов в углублении интеграционных процессов в Западной Европе. Участие России в международных валютно-финансовых и кредитных институтах открывает перед ней более широкие возможности привлечения финансовых ресурсов, необходимых для реформирования экономики. Международные валютные отношения являются одной из наиболее динамично развивающихся форм международных экономических отношений. Денежные единицы стран становятся валютой, когда используются в международных экономических отношениях. В зависимости от степени свободы обмена национальной валюты на иностранную, различаются свободно конвертируемые (свободно используемые), частично конвертируемые и неконвертируемые (замкнутые) валюты. Соотношение между двумя валютами, цена одной валюты, выраженная в денежных единицах другой страны, называется валютным курсом. Валютный курс испытывает на себе воздействие многочисленных факторов. Формирование устойчивых экономических отношений по поводу купли-продажи валюты и их правовое оформление образуют валютные системы (национальные, региональные и мировую). Валютная система состоит из ряда взаимосвязанных элементов и взаимозависимостей. В истории мирового хозяйства насчитывается три мировых валютных системы (Парижская, Генуэзская и Бреттонвудская). В настоящее время действует Ямайская валютная система, в которой закреплено изменение роли

и места основных промышленно развитых стран в мировой экономике во второй половине XX в. Валютная система России находится в стадии становления. Российский рубль является частично конвертируемой валютой. Экономические, политические, культурные связи между странами порождают денежные требования и обязательства, платежи по которым подлежат регулированию. С этой целью применяются различные формы международных расчетов. Выбор формы расчетов определяется рядом факторов. Некоторые формы расчетов более выгодны экспортеру, другие - импортеру. Государство активно участвует в развитии внешнеэкономической деятельности с помощью комплекса специальных методов, которые можно разделить на две основные группы: экономические и административные. К мерам, регулирующим торговлю, прямо воздействующим на количество и непосредственно - на цену, относятся квотирование, правила о преимущественном приобретении товаров местного производства, лицензирование, валютный контроль, произвольно устанавливаемые стандарты, административные проволочки и требования бартерного обмена. К мерам, регулирующим торговлю, прямо воздействующим на цены и опосредованно - на количество товаров, относятся таможенные тарифы, субсидии, законодательство о минимальных ценах, произвольная таможенная оценка и специальные сборы. Определяющим моментом в современном развитии мировой экономики и международных экономических отношений является международное движение капитала. Административные методы регулирования движения капитала на национальном уровне включают в себя правовой режим по содержанию, управлению и пользованию иностранными инвестициями, порядок допуска инвестиций и инвесторов, определение режима (национального, наиболее благоприятствуемой нации), порядок национализации и компенсации, перевод прибыли и репатриацию капитала и порядок урегулирования споров.

Список литературы:

1. Рыбалкина В.Е. «Международные экономические отношения» Москва: ЮНИТИ, 2011г.
 2. Пивоваров С.Э., Баркан Д.И., Тарасевич Л.С., Майзель А.И. «Международный менеджмент» Санкт-Петербург: Питер, 2011 г.
 3. Экономическая энциклопедия. - Москва: 2009г.
 4. Политическая экономия. - Москва: 2010 г.
 5. Экспортно-импортный словарь. - Москва: 2012 г.
- Краткий внешнеэкономический словарь-справочник, М., «М.О.», 2009.
6. Левшин Ф.М. Мировой рынок: конъюнктура, цены и маркетинг. М., «М.О.», 2010.
 7. Казаков А.П. - Минаева Н.В. Экономика. М., ЦИПККАП, 2011.
 8. Основы внешнеэкономических знаний Словарь справочник. М., Высшая школа, 2012.
 9. Инфляция: ценообразование и денежное обращение. М., ИМЭМО РАН, 2010.
 10. «О таможенном тарифе». Закон РФ от 16.04.1993 г., раздел III, ст.12, раздел IV ст.18-24.
 11. Финансовые известия, 5.7.1996.

12. Внешнеэкономический бюллетень, 7(1) М., 1996, с. 52.
13. <http://btimes.ru> - Журнал о бизнесе в России и за рубежом
14. <http://www.vedomosti.ru/glossary/>
15. Источник: Финансовый словарь проекта «Финам»,
<http://www.finam.ru/dictionary/>
16. <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
17. Т.А. Фролова Экономическая теория: конспект лекций Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2009.
18. <http://alekssandr.jimdo.com/>
19. http://banking_finance.academic.ru/
20. www.saarc-sec.org/
21. провэд.рф
22. <http://interneturok.ru/>
23. Источник: Б. Райзенберг, Л. Лозовский, Е. Стародубцева. Современный экономический словарь. 5-е изд., 2010 г.