

Раздел 2 ИНСТРУМЕНТЫ АНАЛИЗА ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ И ТЕХНОЛОГИИ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА

第二章：国际商务业务及外部环境分析方法

Тема 6 Понятие конъюнктуры и экономических циклов в развитии
мировой, региональной и страновой экономик

主题六：在全球、区域及国家经济发展中的经济行情、经济周期的概念

Тема 7 Конкурентоспособность на мировом рынке

主题七：国际市场的竞争问题

Тема 8 Цена и ценовая политика в международном бизнесе

主题八：国际商务中的价格和价格政策

Тема 9 Стратегический менеджмент в международном бизнесе

主题九：国际商务中的战略管理

Тема 10 Международный маркетинг

主题十：国际营销

ТЕМА 8

ЦЕНА И ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ

Цена — денежная форма стоимости или стоимость товара, выраженная в деньгах.

Ценовая эластичность спроса и предложения — это степень соответствия реакции предложения и спроса на относительное изменение уровня рыночной цены.

Факторы множественности мировых цен:

- тарифные и нетарифные барьеры;
- торгово-экономические, валютные зоны, географические зоны;
- политика объединений экспортеров тех или иных товаров;
- цена бирж, аукционов и других центров международной торговли;
- предложения по ценам ведущих фирм, выпускающих и экспортирующих те или иные товары;
- циклические колебания в мировой экономике, ведущие к циклическим колебаниям цен, отражающие сдвиги в конъюнктуре рынков;
- колебания валютных курсов;
- инфляционные процессы.

Мировые цены — это цены на товары в важнейших центрах международной торговли, где регулярно проводятся внешнеторговые сделки.

Должны отвечать следующим требованиям:

- цена должна представлять существенную долю мирового товарооборота и по ней должны осуществляться крупные коммерческие сделки;
- информация о цене должна быть доступна для любого участника международного товарообмена;
- цена должна определяться в СКВ.

主题8

国际商务中的价格和价格政策

- 价格以货币表示的商品价值或商品价值的货币表现。
- 需求和供给的价格弹性——是供求对市场价格水平相对变化的相应反应程度。
- 世界价格的多重因素
 - 关税和非关税壁垒。
 - 经济特区、外汇特区及其它区域政策因素。
 - 某种商品出口商联合政策。
 - 证券、拍卖和其他国际贸易中心的价格。
 - 某种商品生产和出口的主导公司报价的影响。
 - 全球经济周期性波动,该全球经济导致反映市场行情进展的价格周期性波动的。
 - 汇率波动。
 - 通货膨胀的影响。
- 世界价格-这是重要国际贸易中心的商品价格。
- 其必须符合下列要求：
 - 价格应该代表了世界商品交易额的重要份额,并根据该份额实现最大的商业交易。
 - 价格信息应当对国际商品交易的任何参加者都是通用的。
 - 价格应由CKB来确定。

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕНЫ НА РЫНКЕ ГОТОВЫХ ИЗДЕЛИЙ

- **Ценовые показатели**
- **Контрактные цены** отражают действительный уровень цен на товар определенного качества при соответствующих условиях поставки и платежа.
- **Биржевые котировки** — цены товаров, торговля которыми осуществляется на биржах сырьевых товаров и универсальных товарных биржах, на которых осуществляется торговля стандартизированными товарами.
- **Справочные цены** — цены, публикуемые продавцами сырьевых товаров, а также их ассоциациями.
- **Прейскуранты и ценники** — показатели цен готовых изделий потребительского и производственного назначения.
- **Индикативные цены** — цены на товары, которые отвечают ценам, сложившимся или складывающимся на соответствующий товар на рынке экспорта или импорта на момент осуществления экспортной (импортной) операции с учетом условий поставки и условий осуществления расчетов, определенных в соответствии с действующим законодательством.

Основные ценовые стратегии:

- **стратегия «снятия сливок»** — продажа товара по возможно более высокой цене, превышающей цены данного рынка;
- **стратегия прочного внедрения на рынок** — первоначальная продажа товаров по сравнительно низким ценам для стимулирования спроса и устранения большинства конкурентов;
- **стратегия ориентации на ценового лидера** — привязка уровня цен к ценам лидера рынка;
- **стратегия «откушенного яблока»** — следование за лидером не только по ценам, но и в области технических решений;
- **стратегия престижных цен** — продажа товара по высоким ценам в расчете на сегменты рынка, обращающие особое внимание на качество товара и товарную марку;
- **стратегия дифференцированных цен** — определенная система скидок и надбавок к среднему уровню цен для различных рынков, их сегментов и покупателей;
- **стратегия стимулирования комплексных продаж** — назначение низкой цены на товар при одновременном установлении высоких цен на дополнительные изделия.

主题8

国际商务中的价格和价格政策

- 成品市场的价格定义
- 价格指数
- 合同价格反映了对某些产品根据质量和支付条件下的价格的真实水平。
- 证券交易所牌价-在原材料产品交易所和普通商品交易所的商品贸易价格。
- 参考价格-由商品销售者以及协会公布的价格。
- 价目表和价格单-消费和生产用途的价格指数。
- 指导性价格-在实现进出口业务时在符合法律规定的交易条件和结算条件下，符合已经形成或正在形成的进出口市场的相应商品价格。
- 基本的价格策略：
 - “摘李子”战略——尽可能高出市场价格来销售商品。
 - 应用于市场的持久策略——刺激需求和消除其大多数竞争对手按照相对较低的价格来进行商品的初期销售；
 - 价格领先战略——价格水平紧系市场的主导价格；
 - “咬苹果”策略——不仅遵照价格领先，还要遵照技术决策方面的领先；
 - 权威价格战略——按高价出售商品，特别要注重商品的质量和商标的市场环节；
 - 差别定价策略——对不同市场购买者所确定的折扣和中等价格水平的津贴制度；
 - 促进综合销售战略——在确定主产品低价位的同时提高其配套附属品的价格战略。

Виды ценовой политики

- 1. Политика уровня цен разрабатывается в основном для принципиально новых товаров в период, когда они еще не запущены в массовое производство. Выбор между политикой повышения цен и политикой понижения цен.
- 2. Политика целевой нормы прибыли проводится, когда на рынок поставляется массовая продукция, выпускаемая в течение многих лет, но время от времени модернизируемая. Цены устанавливаются на основе нормы прибыли, которая определяется исходя из издержек производства, цен и объема продаж за ряд последних лет, а также учета конкурентных позиций, занимаемых на рынке.
- 3. Политика рыночной сегментации используется, когда рынок состоит из нескольких сегментов с разной ценовой эластичностью при невозможности перехода покупателей из одного сегмента в другой. Осуществляется продажа одних и тех же товаров по разным ценам на разных сегментах рынка.
- 4. Политика психологического ценообразования используется на рынках потребительских товаров, где психологический фактор играет доминирующую роль.
- 5. Политика следования за лидером заключается в ориентации на уровень цен крупнейшей в данной отрасли компании.
- 6. Политика дифференцированных цен состоит в том, что производители устанавливают определенную шкалу различных надбавок и скидок к среднему уровню цен.
- 7. Политика дискриминационных цен применяется по отношению к неориентирующимся покупателям или к тем, кто проявляет крайнюю заинтересованность в приобретении данного товара.

主题8

国际商务中的价格和价格政策

- 价格政策类型
 - 1. **商品价格的制定**—主要是针对还没有投入批量生产的新产品，在提价和降价政策之间做出选择。
 - 2. **利润额政策**适合于已经多年生产且实时更新换代的供应市场的大众商品。其价格是在一定利润额度的基础上来确定，该利润的确定需考虑连续几年的生产费用、消费价格、销售量以及在市场上所占有的竞争地位等因素。
 - 3. **市场细分策略**指该商品可以适合具有不同的价格承受能力的市场的消费者。相同的商品在不同的细分市场可以按不同的价格出售。
 - 4. **心理价格策略**应用于心理因素起主导作用的消费品市场中。
 - 5. **领先价格策略**适用于在于行业最大公司来确定其产品价格水平。
 - 6. **差别定价**是在于制造商根据商品的平均价格水平来确定提供各种打折和优惠等措施。
 - 7. **歧视性定价策略**，是对没有倾向购买的消费者和有极大兴趣的消费者所采取的不同价格政策。



THANK YOU

谢谢！

Спасибо за внимание