

Автономная некоммерческая образовательная организация высшего
образования
«Сибирский институт бизнеса и информационных технологий»

Зачетная работа

№7 семестра

ПИСЬМЕННАЯ РАБОТА №1

Дисциплина: Ценообразование

Номер темы реферата №11

Тема: Валютный курс и цены

Выполнила: Мустафина (Мухмаеджанова)

Мадина Кудайбергеновна

38.03.01 Экономика

Группа: ЭН-512(2)

Проверил(а): _____

_____ (дата)

Омск 2023 г.

Оглавление

Введение.....	3
Глава 1. Теоретические аспекты валютного курса.....	5
и методов ценообразования.....	5
1.1 Понятие и виды валютных курсов.....	5
1.2. Понятие цены и методы ценообразования.....	11
Глава 2. Анализ влияния валютного курса на ценообразования.....	21
и на экономику России.....	21
2.1. Влияние валютного курса на уровень цен.....	21
2.2. Зависимость экономики России от уровня цен.....	25
Заключение.....	28
Список используемой литературы.....	29

Введение

Международные валютные отношения возникли с началом функционирования денег в международном платежном обороте. На протяжении истории менялись формы мировых денег и условия международных расчетов. Одновременно возрастала значимость системы мирового денежного обращения и повышалась степень её относительной самостоятельности.

В настоящее время на экономическую политику всех государств большое влияние оказывают процессы, происходящие в сфере международных финансов. Для их упорядочивания и была создана мировая валютная система.

Важнейшая особенность международной торговли по сравнению с торговлей внутренней состоит в том, что ее обслуживают разные денежные единицы, то есть разные национальные валюты.

Каждая страна требует при этом, чтобы на ее территории все расчеты осуществлялись только в денежных знаках этой страны и только ими иностранные покупатели платили за приобретаемые для импорта товары производителей этой страны. Из – за этого международная торговля всегда требует решения проблем, связанных с:

1. организацией собственно купли-продажи товаров;
2. валютным обеспечением торговых операций.

Для ведения международной торговли в условиях существования разных валют человечество создало механизм взаимных расчетов между гражданами и фирмами различных стран. Обычно его называют валютным рынком.

Таким образом, в работе будут рассмотрены вопросы о валютном курсе, валютном рынке, в общем, и конкретно российском, а также будет раскрыт вопрос о понятии и методах ценообразования и их влияния на конкретно экономику Российской Федерации.

Глава 1. Теоретические аспекты валютного курса и методов ценообразования

1. Понятие и виды валютных курсов

Международные расчетные или обменные операции предполагают обязательное сопоставление между собой цен национальной и иностранной валют, поскольку за каждым покупаемым или продаваемым товаром стоит цена, выраженная в деньгах. Это приводит к возникновению валютного курса и необходимо определения его уровня. Валютный курс необходим для взаимно обмена валютами при торговле товарами и услугами, а также при учете взаимного движения капиталов и кредита. В частности экспортер обменивает вырученную иностранную валюту на национальную, поскольку валюты других стран не могут обращаться в качестве законного платежного и покупательного средства на территории данного государства. В свою очередь, импортер обменивает национальную валюту на иностранную с целью оплаты товаров, купленных за рубежом. Должник приобретает иностранную валюту за национальную для погашения задолженности и выплаты процентов за иностранный кредит. Валютный курс необходим для сравнения цен мировых и национальных рынков, а также стоимостных показателей разных стран, выраженных в различных денежных единицах. Посредством валютного курса происходит периодическая переоценка счетов в иностранной валюте фирм и банков.

Фактически валютный курс – это сравнительная цена валюты одного государства, выраженная в единице валюты другой страны. Как любая рыночная цена, валютный курс формируется под влиянием спроса и предложения. Уравновешивание последних на валютном рынке приводит к установлению равновесного уровня рыночного курса валюты, т.е. происходит так называемого "фундаментальное равновесие".

Размер спроса на иностранную валюту определяется потребностями страны в импорте товаров и услуг, расходами туристов данной страны, спросом на иностранные финансовые активы и спрос на иностранную валюту в связи с намерениями резидентов осуществлять инвестиции за рубежом. Чем выше курс иностранной валюты, тем меньше спрос на нее и наоборот.

Размер предложения иностранной валюты определяется:

- спросом резидентов иностранного государства на валюту данной страны;
- спросом иностранных туристов на услуги в данном государстве;
- спросом иностранных инвесторов на активы, выраженные в национальной валюте данного государства;
- спросом на национальную валюту в связи с намерениями нерезидентов осуществлять инвестиции в данной стране.

Чем выше курс иностранной валюты отношению к отечественной, тем меньшее количество национальных субъектов валютного рынка готово предложить отечественную в обмен на иностранную и, наоборот, чем ниже курс национальной валюты по отношению к иностранной, тем большее количество субъектов национального рынка готово приобрести валюту.

К основным функциям валютного курса относятся следующие:

- осуществление взаимного обмена валютами при торговле товарами и услугами, при движении капиталов и кредитов;
- сравнение цен мировых и национальных рынков и стоимостных показателей разных стран (ВВП, национальный доход на душу населения и др.);

- периодическая переоценка счетов банков, фирм в иностранной валюте.

Следует различать валютный курс и паритет валют, представляющий собой отношение между двумя или несколькими валютами, устанавливаемое по их покупательной способности применительно к определенному набору товаров и услуг.

При золотом (серебряном) стандарте паритет валют определяются путем соотношения количеств денежного металла, содержащегося в денежных единицах. Согласно Бреттон-Вудским соглашениям он мог устанавливаться также к доллару США.

Характер изменения валютного курса и его волатильность (непостоянство, изменчивость) являются важными показателями состояния национальной экономики. Если наблюдается его сильная изменчивость и постоянное ослабление, то обычно это свидетельствует о неустойчивой или слаборазвитой экономике.

Валютный курс может изменяться либо рыночным путем в результате торгов валютой на бирже и внебиржевом рынке, осуществления конверсионных операций в банках, либо официально государственными органами. В первом случае говорят о рыночном повышении или понижении валютного курса. Во втором случае официальное повышение курса называют ревальвацией, а понижение – девальвацией. Рыночных курсов у каждой валюты множество, так как торги идут в разных местах и за пределами страны. Кроме того, каждый коммерческий банк устанавливает свои курсы. В то время как на рынке валютный курс определяется в основном единообразно в результате торгов на бирже или вне ее, банки устанавливают курсы покупки и продажи. Их разница представляет прибыль банка по конверсионным операциям. Относительную разницу этих курсов называют спрэдом, или маржей.

Хотя маржа устанавливается банками самостоятельно, иногда монетарные власти определяют верхнюю границу этой величины, чтобы превратить спекулятивную игру, которая проявляется особенно ярко в кризисные периоды. В России после августовского кризиса 1998 г. предельная маржа составляет 15%. В каждом банке она устанавливается индивидуально для различных пар валют. Как правило, чем больше объем обменных операций с какой-либо валютой, тем меньше размер маржи. Так, в России маржа по курсу рубля к доллару в большинстве случаев устанавливается меньше, чем по курсу российского рубля по отношению к другим валютам. Однако повышенный спрос на какую-нибудь валюту (например, доллар) иногда, напротив, ведет к увеличению маржи в соответствии с законом спроса и предложения. Особенно ярко это проявляется в периоды кризисов.

Официальные курсы, как правило, устанавливаются единообразно. В России это делает ежедневно Центральный банк РФ. С одной стороны, он исходит при этом из рыночных курсов, в первую очередь определяемых в результате торгов на Московской межбанковской валютной бирже (ММВБ), с другой – с точки зрения реализации определенных целей валютной политики. Для участников валютного рынка официальные курсы служат своеобразным ориентиром, влияющим на их действия. Однако если государство в лице центрального банка не является само участником валютного рынка, только официальное установление курса не всегда может предотвратить действия валютных спекулянтов. При фиксированных курсах валют официальные курсы также меняются, но значительно реже. Именно о таких изменениях говорят как о ревальвации или девальвации валюты. В некоторых странах в определенные периоды устанавливают несколько официальных курсов, которые используют для различных операций. Например, определяют специальный официальный курс для импортных или экспортных операций, если хотят стимулировать их, или наоборот. Однако

множественность курсов, как правило, в итоге негативно отражается на экономике страны и дезорганизует финансовые рынки.

Виды валютных курсов.

На практике существуют пять систем валютных курсов:

1. Свободное («чистое») плавание;
2. Управляемое плавание;
3. Фиксированные курсы;
4. Целевые зоны;
5. Гибридная система валютных курсов.

В практике международных валютных отношений (в условиях бумажноденежного обращения) выделяют, прежде всего, следующие два основных вида валютных курсов: фиксированные и плавающие.

Фиксированные валютные курсы – это курсы, установленные договором или соглашением между странами и поддерживаемые мерами государственного регулирования. Фиксированные валютные курсы подразделяются на реально фиксированные (характерны для золотомонетного стандарта) и на договорено–фиксированные (до 1971-1973гг. применялись в системе МВФ).

Плавающие валютные курсы – это курсы, формирующиеся под влиянием спроса и предложения валют и корректируемые государством.

Выделяют также номинальный валютный курс, который показывает обменный курс валют, действующий в настоящий момент времени на валютном рынке страны, и реальный валютный курс, определяемый как

отношение цен товаров двух стран, взятых в соответствующей валюте на конкретную дату. Как реальному, так и номинальному эффективным обменным курсам рубля свойственна существенная зависимость от динамики курса евро, из – за высокой доли во внешнеторговом обороте России стран еврозоны. Таким образом, основной причиной повышения реального и номинального эффективных обменных курсов рубля следует считать номинальное укрепление рубля к единой европейской валюте.

Существует множество валютных курсов в зависимости от вида валютных операций. Под кросс-курсом валюты понимают курс одной валюты по отношению к другой, выраженный через третью валюту, например рубль к евро – через доллар.

Кросс-курсы выполняют две основные функции:

- I. они служат для определения курсов тех валют, которые напрямую не котируются на местных национальных рынках или курс которых официально в данной стране не устанавливается;
- II. они служат для валютных спекулянтов индикатором, по которому они определяют возможность проведение так называемого треугольного арбитража.

Валютные курсы, которые устанавливаются рынком или официально являются спот – курсами. Курсы по операциям, проводимые в течение короткого времени. Традиционно сделку принято относить к спотовой, если между моментом заключения контракта на продажу-покупку валюты и моментом исполнения контракта срок составляет не более двух рабочих дней. При этом если сделка заключается и исполняется в один и тот же день, то ее еще называют кассовой, или сделкой с расчетом в тот же день. Если сделка исполняется на следующий день после заключения контракта, то ее называют сделкой на следующий день.

1.2. Понятие цены и методы ценообразования

Цены и ценообразование являются одним из ключевых элементов рыночной экономики. Цена – сложная экономическая категория. В ней пересекаются практически все основные проблемы развития экономики, общества в целом. В первую очередь это относится к производству и реализации товаров, формированию их стоимости, созданию, распределению и использованию ВВП и национального дохода.

В самом общем виде цена представляет собой сумму денег, которую покупатель уплачивает продавцу за приобретаемый товар. В условиях рыночной экономики цена является характеристикой товара на рынке. Именно здесь сталкиваются спрос на продукцию или услугу, предложение, полезность предлагаемого товара, целесообразность его приобретения. Товар или цена проходят непосредственную проверку рынка, где формируется окончательная цена товара или услуги - равновесие между спросом и предложением.

Под единым понятием "цена" понимается множество разновидностей цен: оптовые, розничные, регулируемые, договорные, свободные рыночные, государственные, контрактные, прогнозные, проектные, лимитные, мировые.

Будучи широко употребительными в экономике любого типа (централизованной, рыночной, смешанной), цены формируются и действуют в разных экономиках по-разному. В соответствии с коммунистической, чисто распределительной доктриной экономика вообще может обойтись без денег, а следовательно, и без цен, тогда как рыночная экономика без цен становится бессмысленной.

В директивно управляемой экономике цены используются как внешний регулятор, инструмент воздействия со стороны правительства, тогда, как в рыночной, они образуют часть системы саморегулирования. Цена –

количество денежных единиц (или других товаров, работ, услуг), за которые продавец согласен продать, а покупатель готов купить единицу товара или услуги. Данное определение предполагает наличие цены продавца (цена предложения) – это количество денег, которое он хочет получить от продажи продукта, и цены покупателя (цена спроса) – количество денег, которое покупатель способен и согласен уплатить за продукт. Поскольку стремления покупателя и продавца противоположны, необходимо соблюсти баланс их интересов, Он находит свое выражение через цену равновесия.

Равновесная цена – это цена такого уровня, при котором предложение соответствует спросу. Она устраняет как дефицит, так и избыток товаров и услуг, а также удерживает рост или снижение цен. В условиях рыночных отношений с целью обеспечения социальной защищенности коллективов предприятий, отдельных социальных слоев и граждан необходимо использовать государственное регулирование цен. Государственная ценовая политика, как важнейший элемент экономической политики государства, проводится на национальном и международном уровнях посредством воздействия на конъюнктуру рынка и правил ценообразования и имеет стратегическое и тактическое направления. Стратегия заключается в достижении определенного уровня либерализации цен и снижении инфляции. Тактическое направление – это оперативное регулирование ценовой среды: установление областей применения рыночных и регулируемых цен, порядок их формирования и контроль за текущим ценообразованием. С точки зрения покупателя, цена состоит из двух частей. Первая представляет собой эквивалент товара определенного качества. При этом один экономический субъект возмещает связанные с производством и реализацией продукта затраты другого. Сумма отражает обычно соответствие денежного требования продавца и согласия покупателя с этим требованием. Вторая часть цены – это соответствующие покупке затраты, которые несет покупатель. При возмещении таких затрат средства поступают

не продавцу товара, а направляются на то, чтобы иметь возможность приобрести товар или использовать его.

Важное значение ценообразования как экономического инструмента состоит в том, что оно непосредственно влияет на характер извлечения дохода (прибыли) по результатам рыночной активности предпринимателей. С другой стороны, существенно, какая концепция ценообразования закладывается в основу отдельного бизнеса, на каких принципах и с какой аргументацией строится содержательная часть подобной активности рыночного агента. Принципиальное отличие маркетингового, подхода к определению продажной цены товара от классической теории цен состоит в том, что запрашиваемая цена не является продуктом рациональной калькуляции, а основывается на поиске некоей оптимальной равновесной рыночной характеристики. И этот поиск сопряжен с анализом подчас недостоверной информации, конкурентной среды, с включением в расчет фактора коммерческого риска и других сугубо рыночных элементов. Но в любом случае поиск решения – это серьезная аналитическая работа.

Методы ценообразования.

Каждый товар имеет цену, но далеко не каждое предприятие в состоянии самостоятельно установить цену, по которой оно хочет продавать свой товар. Если товары не дифференцированы, а конкуренты многочисленны, предприятие не обладает рыночной силой и должно принять цену, задаваемую рынком. В зависимости от особенностей товара, размеров и финансовой мощи фирмы-продавца, целей, которые она ставит, для расчета цены могут быть использованы различные методы.

Наиболее распространенными являются следующие методы установления цен товаров:

1. на основе издержек производства;

2. по доходу на капитал;
3. с ориентацией на спрос;
4. по уровню текущих цен.

Установление уровня цен в условиях рынка состоит в нахождении такой цены, которая представляла бы собой оптимальный баланс между тем, что хотел бы заплатить за этот товар покупатель, и издержками фирмы при его изготовлении. Поэтому определение цены должно основываться в первую очередь на факторах, относящихся к спросу, то есть на оценке того, сколько покупатель может и хочет заплатить за предлагаемый ему товар. Значение издержек при установлении цен не должно преувеличиваться. На практике, как правило, фирма в первую очередь пытается установить, за какую цену она могла бы продать свой товар на рынке исходя из характера спроса, конкуренции, качества товара, а затем уже определять свои производственные, коммерческие и административные затраты, соответствующие такой цене и изменяющиеся в зависимости от конъюнктуры рынка.

Методы, основанные на затратном подходе можно разделить на следующие группы:

- метод полных затрат;
- метод минимальных затрат;
- метод усредненных затрат;
- метод стандартных издержек производства
- метод целевого ценообразования.

Суть метода, основанного на определении полных издержек, состоит в суммировании совокупных издержек [переменные (прямые) плюс постоянные (накладные) издержки] и прибыли, которую фирма рассчитывает получить.

Главное преимущество данного метода – его простота и удобство, однако он имеет два больших недостатка.

При установлении цены не принимаются во внимание имеющийся спрос на товар, конкуренция на рынке, поэтому возможна ситуация, когда товар при данной цене не будет пользоваться спросом, а продукция конкурентов может быть лучше по качеству и более известна покупателю благодаря рекламе.

Любой метод отнесения на себестоимость товара постоянных накладных расходов (например, арендной платы), которые являются расходами по управлению предприятием, а не расходами для производства данного товара, является условным. Он искажает подлинный вклад продукта в доход предприятия.

Метод минимальных затрат предполагает установление цены на минимальном уровне, достаточном для покрытия расходов на производство конкретной продукции, а не посредством подсчета совокупных издержек, включающих постоянные и переменные затраты на производство и сбыт. Предельные издержки обычно определяются на уровне, при котором можно было бы только окупить сумму минимальных затрат. Продажа товара по цене, подсчитанной по такому методу, эффективна в стадии насыщения, когда нет роста продаж, и фирма ставит своей целью сохранить объем сбыта на определенном уровне. Подобная политика ценообразования рациональна также при проведении кампании по внедрению нового товара на рынок,

когда следует ожидать значительного увеличения объемов продаж указанного товара в результате его предложения по низким ценам.

Метод «усредненных затрат» заключается в том, что при установлении цены в калькуляцию включаются не полные, а средние затраты на производство единицы продукции. Усредненные затраты чаще всего определяются за период экономического цикла. Величина усредненных затрат будет тем меньше, чем больше объем выпускаемой продукции, поскольку средние постоянные затраты находятся в обратной зависимости от объема производства.

При методе «стандартных издержек производства» затраты рассчитываются до начала процесса производства. Калькулирование себестоимости производится на основе установленных нормативов затрат сырья, топлива, материалов, амортизации. Весь расчет ведется применительно к стандартному, или нормальному, объему загрузки производственных мощностей (обычно 85 - 90%).

На основе метода целевого ценообразования рассчитывается себестоимость на единицу продукции с учетом объема продаж, который обеспечивает получение намеченной прибыли. Если себестоимость трансформируется из-за уменьшения или увеличения загрузки производственных мощностей и объемов сбыта, используют показатели степени загрузки производственных мощностей с учетом влияния конъюнктуры и других факторов, после чего определяют цену продажи на единицу продукции, которая при этих условиях обеспечила бы целевую прибыль. Но при таком методе цена подсчитывается, исходя из интересов продавца и не принимает во внимание отношение покупателя к рассчитываемой цене. Отсюда указанный метод нуждается в определенной корректировке, чтобы учесть, будут ли предполагаемые покупатели приобретать данный товар по расчетной цене или нет.

Метод определения цены продажи на основе анализа максимального пика убытков и прибылей позволяет определить объем производства и продаж, соответствующий тому случаю, когда общая сумма прибылей и общая сумма затрат равны между собой. Данный способ применяется, когда целью фирмы является выявление цены, обеспечивающей возможность получить максимальную прибыль.

Определение цены с ориентацией на конкуренцию. Когда фирма занимает монопольную позицию на рынке, она способна получить наибольшую прибыль. Но в условиях зрелости рынка появляется много фирм, активно внедряющихся на него и развивающих конкуренцию за счет осуществления стратегии дифференциации и диверсификации. В подобных условиях при определении цены продажи эффективен метод, учитывающий конкурентное положение фирмы и данного товара или услуги, а также всю конкурентную ситуацию на рынке.

В этом случае цену на продаваемые товары и услуги определяют посредством анализа и сравнения возможностей товаров данной фирмы в сравнении с фирмами-конкурентами на конкретном рынке, а также через анализ и сравнение сложившихся на рынке цен. Здесь применяют метод формирования цены за счет следования за ценами фирмы-лидера на данном рынке; метод определения престижных цен и состязательный метод определения цен.

Установление престижных цен. В последнее время характерно расширение ассортимента престижных товаров. Они обладают люксовым уровнем качества. Если такого рода товары будут продаваться по низким ценам, то они станут легкодоступными и потеряют свою главную привлекательность для рынка престижных покупателей. Вместе с тем реально ожидать существенного увеличения объемов продаж при сбыте престижных товаров по высоким ценам, но чуть ниже уровня, сложившегося

на рынке. В отношении таких товаров целесообразно устанавливать цены повыше. Это будет служить мощным стимулом для покупателей, рассчитывающих на демонстрационный эффект приобретаемого товара, и послужит основой еще более высокого уровня продаж.

Рыночные методы ценообразования

- метод потребительской оценки (ориентация на спрос). Данный метод тесно связан с дифференциацией товара и дифференциацией рынка. Дает возможность осуществлять стратегию высоких цен;
- метод следования за лидером (ориентация на конкуренцию). При данном методе производитель руководствуется ценами конкурента, а учет собственных издержек и спроса играет здесь подчиненную роль. Производитель устанавливает цену чуть выше или чуть ниже, чем у ближайшего конкурента. Это возможно лишь на рынке с однородной продукцией. Опираясь на этот метод, фирма избавляется от риска, связанного с установлением собственной цены и адаптацией ее на рынке;
- метод «запечатанного конверта» или тендерного ценообразования.

Используется в тех случаях, когда несколько компаний ведут серьезную конкуренцию за получение определенного контракта. Выигрывает тот, чья цена предложения обеспечивает продавцу максимальную прибыль;

- метод определения цен, ориентированный на нахождение равновесия между издержками производства и состоянием рынка.

Параметрические методы.

Фирмы часто испытывают необходимость в проектировании и освоении производства такой продукции, которая не заменяет ранее

освоенную, а дополняет или расширяет уже существующий параметрический ряд изделий.

Под параметрическим рядом понимается совокупность конструктивно и (или) технологически однородных изделий, предназначенных для выполнения одних и тех же функций и отличающихся друг от друга значениями основных технико-экономических параметров в соответствии с выполняемыми производственными операциями

В число параметрических методов ценообразования входит метод удельных показателей, используемый для обоснования цен на несложные изделия, входящие в небольшие группы, характеризующиеся наличием одного основного параметра. К таким параметрам относятся производительность, мощность, содержание полезных компонентов, емкость и др. Эти показатели характеризуют основные потребительские свойства продукции и определяют общий уровень ее себестоимости и цены.

Недостатком метода удельных показателей является то, что он учитывает только один (пусть даже главный) параметр. Основная же масса продукции, особенно современные сложные виды продукции, характеризуется комплексом технико-экономических параметров. Поэтому расчет цены по одному параметру недостаточен для экономической оценки большинства видов продукции.

Метод балловой оценки заключается в оценке каждого в отдельности технико-экономического параметра определенным количеством баллов, суммирование которых дает комплексную оценку потребительских свойств продукции.

Агрегатный метод заключается в суммировании цен отдельных конструктивных частей изделий, входящих в параметрический ряд, с

добавлением стоимости оригинальных узлов, затрат на сборку и нормативной прибыли.

Таким образом, можно сделать следующий вывод. Наиболее гибкий и значимый инструмент коммерческой политики предприятия – цена, уровень которой по – разному влияет на все основные показатели, характеризующие количественные и качественные результаты деятельности предприятия (прибыль, рентабельность, оборот, занимаемую долю рынка, имидж и т.д.).

Правильная методика установления цены, разумная ценовая тактика, последовательная реализация глубоко обоснованной ценовой стратегии составляют необходимые компоненты успешной деятельности любого коммерческого предприятия в жестких условиях рыночных отношений.

Глава 2. Анализ влияния валютного курса на ценообразования и на экономику России

2.1. Влияние валютного курса на уровень цен

Как считается что, единственным источником предложения иностранной валюты являются доходы от экспорта товаров, так же как и единственным источником спроса — расходы на их импорт. Однако спрос и предложение иностранной валюты могут возникать не только в результате необходимости обслуживать международное движение товаров, но и вследствие международного перемещения факторов производства, и прежде всего капитала. В основе спроса на иностранную валюту для оплаты товаров и услуг лежит как цена самой валюты, так и соотношение цен на одинаковые товары в разных странах (относительные цены). Если некий товар относительно дешевле за рубежом, чем у себя в стране, то вполне вероятно, что увеличится спрос на валюту этой страны для того, чтобы приобрести этот товар. Если же этот товар относительно дешевле у себя в стране, то спрос на иностранную валюту упадет, поскольку резидентам она не нужна: они будут покупать отечественный товар за национальную валюту. Однако спрос на иностранную валюту и ее предложение возникают не только в результате потребности обслуживать международную торговлю товарами. Капитал в форме портфельных и прямых инвестиций активно перемещается из страны в страну. В основе движения капитала в форме портфельных инвестиций лежит в основном разница в процентных ставках, а в форме прямых инвестиций — разница в прибыльности его вложения, существующая между странами. Поскольку в каждой стране и ценные бумаги, и активы деноминированы в национальной валюте, нерезидентам, чтобы купить их, нужна национальная валюта другой страны. Если в нашей стране доходность по иностранным ценным бумагам и прибыльность вложений в активы при сопоставимом уровне риска выше, чем за рубежом, то она оказывается

пунктом притяжения для иностранной валюты, которая устремляется в нашу страну и создает дополнительный спрос на нашу национальную валюту, повышая ее курс. В обратной ситуации, когда процент и прибыльность активов выше за рубежом, спрос повышается на иностранную валюту, а на национальную, соответственно, сокращается.

Спрос на иностранную валюту зависит также от относительного уровня доходов. Когда доходы в стране растут относительно доходов в странах – ближайших торговых партнерах, резиденты приобретают больше товаров, в том числе и импортных, создавая спрос на иностранную валюту и повышая ее курс. Если доходы относительно снижаются, спрос резидентов на импортные товары и, соответственно, на иностранную валюту падает, курс ее снижается. Наконец, на валютном рынке делаются оценки возможной будущей стоимости иностранной валюты, форвардного валютного курса, что также приводит к перемещению валюты между странами.

Изменение курсов валют оказывает непосредственное и неодинаковое воздействие на стоимость товаров в международной торговле и на стоимость прямых и портфельных инвестиций, которые выражены в этих валютах. В любом случае под изменением курсов понимается изменение реального валютного курса, т.е. с поправкой на темпы инфляции у себя в стране и за рубежом. В целом это воздействие сводится к следующему:

- Падение курса национальной валюты приводит к снижению цен национальных товаров на мировом рынке, выраженных в иностранной валюте, что способствует росту экспорта, который в результате становится более конкурентоспособным. В то же время цены на иностранные товары, выраженные в национальной валюте, становятся выше и их импорт сокращается. В результате падения курса национальной валюты, деноминированные в ней национальные активы и ценные бумаги дешевеют и становятся более привлекательными для

иностранных инвесторов, что приводит к увеличению притока капитала из – за рубежа;

- Рост курса национальной валюты приводит к росту цен национальных товаров на мировом рынке, выраженных в иностранной валюте, что приводит к сокращению их экспорта, который в результате становится менее конкурентоспособным. В то же время цены на иностранные товары, выраженные в национальной валюте, снижаются, в результате чего их импорт увеличивается. В результате роста курса национальной валюты, деноминированные в ней национальные активы и ценные бумаги дорожают относительно иностранных, что приводит к увеличению оттока капитала за рубеж. Таким образом, падение курса национальной валюты ведет к росту экспорта товаров и импорта капитала, тогда как рост ее курса имеет обратные последствия – увеличение импорта товаров и экспорта капитала. В любом случае подразумевается неизменность внутренних цен в каждой из стран. Воздействие изменений валютного курса на цены.

Итак, иностранная валюта, как и любой другой товар, имеет цену, которая устанавливается на валютном рынке под воздействием спроса и предложения. Спрос на нее возникает в основном в силу необходимости оплачивать импортные товары, а ее предложение – из – за получения доходов от экспорта, а также приобретения иностранцами национальных ценных бумаг и прочих активов. Под воздействием колебания спроса и предложения валютный курс изменяется. При режиме плавающего (фиксированного) валютного курса снижение курса национальной валюты называется ее обесценением, а повышение – подорожанием. При этом изменение плавающего курса происходит автоматически, а фиксированного – по решению государственных органов. Номинальное изменение валютного курса в ту или иную сторону с поправкой на темпы инфляции у себя в стране и в странах – основных торговых партнерах считается реальным изменением

валютного курса, а в наиболее часто встречающихся случаях его снижения – реальной девальвацией. Снижение реального курса национальной валюты приводит к снижению выраженных в иностранной валюте цен национальных товаров, росту экспорта товаров и увеличению импорта капитала. Рост реального валютного курса приводит к повышению цены национальных товаров на мировом рынке, росту импорта товаров и экспорта капитала.

2.2. Зависимость экономики России от уровня цен

Цены и ценообразование являются одним из ключевых элементов рыночной экономики. Цена - сложная экономическая категория. В ней пересекаются практически все основные проблемы развития экономики, общества в целом. В первую очередь это относится к производству и реализации товаров, формированию их стоимости, распределению и использованию ВВП и национального дохода.

Цена занимает центральное место в рыночных отношениях, сглаживая противоположные экономические интересы продавца и покупателя, приводя в соответствие спрос и предложение. Ценообразование, являясь одним из ключевых звеньев рыночной экономики, выступает не только гибким инструментом, но и важным рычагом ее управления.

Рынок и цена являются категориями, обусловленными товарным производством. При этом первичным является рынок. Это объясняется тем, что при товарном производстве экономические отношения проявляются главным образом не в самом процессе производства, а через рынок. Именно рынок является основной формой проявления товарно-денежных отношений и стоимостных категорий.

В рыночной экономике имеются многие механизмы регулирования деятельности предприятия, но, что принципиально важно, они базируются на использовании экономических методов, которые либо создают условия для появления заинтересованности предприятия следовать за потребностями общества, либо имеют ограничительный характер, защищающий интересы общества, государства.

Как уже отмечалось, в условиях рыночных отношений регулирование воспроизводства осуществляется в числе других законов и законом стоимости, который действует через механизм цен и ценообразования. Здесь

нет планового установления цен, часто допускающего волевые решения в этой области, искажающие реальное представление о положении дел в экономике.

Поэтому развитие рыночного ценообразования требует принципиально иных подходов к формированию и моделированию цен. Для выгодного функционирования экономики нужно точно и правильно определять уровень цен и для этого необходимо:

1. изучать допустимый уровень цен и качества товара на различных рынках;
2. определять уровень издержек производства и реализации товара в зависимости от объема производства и с учетом фактора времени, а также уровня цен на оборудование, сырье и материалы;
3. оценка возможной массы прибыли и чистой прибыли при различных объемах продаж с учетом выплаты налогов, процентов за кредит и других обязательных платежей из прибыли;
4. оценка конкурентоспособности данного товара;
5. согласование уровня надбавок и скидок к цене с основными покупателями товара;
6. постоянное изучение конъюнктуры рынка и эффективности цены, своевременное ее снижение для расширения масштабов спроса.

Но в России рыночные цены осуществляются стихийно, в процессе конкуренции между различными товаропроизводителями. Однако, наметившаяся тенденция роста объема выпуска отечественных товаров, уменьшения затрат труда на единицу продукции выступает основным фактором понижения, действующих на рынке. В тоже время расширение монополизации при частной собственности на средства производства в

промышленности, добывающих отраслях побуждает монополии заключать между собой соглашения о высоких ценах на реализуемый товар и низкие цены на приобретаемое сырье. Это в конечном итоге приводит к скачкам инфляционного роста цен, сдерживает развитие основных черт совершенной (чистой) конкуренции предпринимателей.

Заключение

В данной работе были рассмотрены вопросы о валютных курсах их регулирования и методах ценообразования, а также о влиянии их на экономику России. Все эти вопросы взаимосвязаны, и каждый вытекает один из другого. Изучив их, я понял, что экономика не может существовать без развитого валютного рынка, до чего ещё многим развивающимся странам, как Россия, далеко. Международные валютные отношения всегда были сложными, а для нашей страны, которая только недавно вошла на этот рынок и уже претерпела много потрясений, вызвав этим недоверие многих участников, будет тяжело обосноваться там и стать полноправным её участником. Наша страна только ступила на путь развития рыночной экономики, а люди, управляющие ей, не зная сущности экономики, в самом начале её пути уже смогли наделать столько ошибок, что кажется, как будто делая шаг вперед, мы делаем два шага назад. В настоящее время экономика, в том числе и валютный рынок, развиваются, но как я уже ранее писал, это всё оттого, что Россия – страна энергоресурсов. Именно поэтому нам кажется, что идёт развитие. А так хочется, чтобы валюта шла к нам не за ресурсы, которые не восполняются, а за продукты и услуги, производимые в России.

Список используемой литературы

1. Воронин В.П. Деньги, Кредит, Банки: Учебное пособие. – М.:Юрайт, 2007г.
2. Камаева В.Д. Экономическая теория: Учебник для вузов. – М.:Владос, 2005г.
3. Макконнелл К.Р. Экономикс: Учебник. – М.:Инфра-М, 2007г.
4. Боткин О.И. Основы экономического анализа: Курс лекций. – Ижевск: Издательство Удмуртского Университета, 2006г.
5. Авдокушин Е. Ф.Международные экономические отношения. Учеб. пособие. - М.: ИВЦ «Маркетинг», 2006г.
6. Балабанов И. Т.Валютный рынок и валютные операции в России. - М.: Финансы и статистика, 2004г.
7. Буглай В.Б., Ливенцев Н.Н.Международные экономические отношения. Учеб. пособие М.: Финансы и статистика, 2005.
8. Курс экономической теории. / Под ред. М.Н. Чепурина. Киров, 2001,
9. Макконнелл К., Брю С. Экономикс: Принципы, проблемы и политика. В 2-х т. - М.: Республика, 2005г.
- 10.Международные валютно-кредитные и финансовые отношения / Под ред. Л.Красавиной. - М.: Финансы и статистика, 2009г.
- 11.Носкова И.Я.Международные валютно-кредитные отношения: Учеб. пособие. - М.: Банки и биржи, 2006г.
12. Основы экономической теории. Учеб. пособие / Под ред. Камаева В.Д. - М.: Изд-во МГТУ им. Баумана, 2008г.
13. Самуэльсон П.Экономика. В 2-х т. - М.: Прогресс, 2002г.
14. Смыслов Д. В.Международный валютный фонд: современные тенденции и наши интересы. М.: Финансы и статистика, 2006г.

15. Федоров М.В. Валюта, валютные системы и валютный курс. - М.: ПаИМС, 2005г.