

Лекція 9. Ціноутворення у зовнішній торгівлі

План:

1. Сутність та роль ціноутворення в системі ЗЕД.
2. Поняття світової ціни та вимоги до неї.
3. Фактори, що впливають на формування зовнішньоторговельних цін.
4. Методи встановлення цін та цінові стратегії.
5. Способи фіксації ціни в міжнародних контрактах.
6. Система знижок у міжнародній торгівлі.
7. Особливості ціноутворення на специфічних ринках (біржі, аукціони, торги).
8. Трансфертне ціноутворення та індикативні ціни.

1. Сутність та роль ціноутворення в системі ЗЕД

Ціна є вирішальним фактором у зовнішньоекономічній діяльності підприємства, оскільки вона визначає її економічну доцільність, що можливо лише при правильному виборі цінової політики та стратегії. Правильний порядок формування цін є одним із основних факторів, що забезпечують фінансову стабільність підприємства. Цінова політика — це визначення рівня цін і можливих варіантів їх зміни залежно від цілей та завдань, що стоять перед підприємством у короткостроковій та довгостроковій перспективах.

Основними завданнями цінової політики є:

- Захист позицій на ринку та подолання конкурентів.
- Завоювання нових ринків та вихід із новим товаром.
- Забезпечення бажаного обсягу прибутку та стабілізація доходів.
- Швидке відшкодування витрат.

2. Поняття світової ціни та вимоги до неї

У міжнародних угодах найчастіше застосовується поняття **світової ціни**. Під світовими цінами розуміють ціни великих комерційних операцій, які здійснюються в найголовніших центрах світової торгівлі.

Зовнішньоторговельну ціну можна розглядати як світову, якщо вона задовольняє наступним вимогам:

- **Регулярність та презентабельність:** за ціною здійснюються регулярні угоди в центрах світової торгівлі.
- **Роздільність операцій:** експортні та імпорتنі операції мають бути взаємно незалежними.
- **Нормальний торгово-політичний режим:** ціни не повинні обслуговувати товарообмін у рамках закритих економічних угруповань із високим рівнем субсидування.
- **Оплата у вільно конвертованій валюті (ВКВ):** платежі мають здійснюватися у стабільних валютах.

Світові ціни поділяються на **опубліковані** (довідкові ціни, біржові котирування, ціни аукціонів та статистичних довідників) та **розрахункові** (використовуються для нестандартного обладнання на індивідуальне замовлення).

3. Фактори, що впливають на формування зовнішньоторговельних цін

На цінові рішення впливає комплекс факторів, які поділяються на кілька груп:

- **Внутрішні:** рівень та структура витрат підприємства, бажаний прибуток, система управління та методи отримання інформації.
- **Товарні:** корисність, якість, стадія життєвого циклу товару (ЖЦТ), наявність товарів-замінників та ступінь монополізації.
- **Ринкові:** платоспроможність споживачів, конкурентне середовище, стан економічного циклу (криза, підйом).
- **Політико-державні:** контроль цін урядом, бюджетне субсидування експорту, митні та нетарифні бар'єри.
- **Валютно-фінансові:** рівень інфляції, коливання валютних курсів та відсоткові ставки.

4. Методи встановлення цін та цінові стратегії

Залежно від цілей підприємства обираються відповідні методи ціноутворення:

1. **Витратний метод:** ціна визначається як сума витрат (виробничих, накладних) плюс бажаний прибуток. Попит при цьому часто не враховується.

2. **Метод беззбитковості:** враховує залежність попиту від ціни та визначає, якою має бути ціна для отримання цільового прибутку при заданому обсязі.

3. **Ринкові методи:** встановлення ціни на основі попиту (тестування прийнятності рівня цін) або на основі пропозиції (аналіз стратегій конкурентів).

Ключові цінові стратегії на зовнішньому ринку:

- **«Зняття вершків» (Skimming):** встановлення високої ціни на новий, технічно складний товар для охоплення дохідних сегментів.

- **Прорив на ринок (Penetration):** встановлення низьких цін для швидкого проникнення та завоювання частки ринку.

- **Ціновий лідер:** вітчизняна фірма копіює поведінку потужного світового постачальника.

- **Престижні ціни:** використання високої ціни для підтримки іміджу торгової марки.

- **Диференційовані ціни:** встановлення різних рівнів цін для різних груп споживачів або ринків.

5. Способи фіксації ціни в міжнародних контрактах

Залежно від терміну виконання контракту та стабільності ринку використовують такі способи фіксації:

1. **Тверда ціна:** встановлюється в момент підписання і не змінюється протягом усього терміну дії. Ефективна при негайних поставках.

2. **Рухома ціна:** фіксується при укладанні, але може бути переглянута, якщо ринкова ціна зміниться до моменту поставки (зазвичай при відхиленні на 2-5%).

3. **Ціна з наступною фіксацією:** встановлюється в процесі виконання контракту (перед поставкою кожної партії або календарного року) на основі погоджених джерел.

4. **Ковзаюча (змінна) ціна:** обчислюється в момент виконання контракту шляхом перегляду базисної ціни з урахуванням змін у витратах на сировину та робочу силу. Використовується для товарів із тривалим циклом виготовлення (судна, літаки).

Математична формула ковзання ціни за рекомендацією СЕК ООН: , де
— кінцева ціна; — базисна ціна; — частка змінних витрат; — індекси зміни
цін на компоненти; — незмінна частина ціни.

6. Система знижок у міжнародній торгівлі

Знижки є дієвим фактором успішного виходу на ринок. Основні види:

- **Загальна (проста):** знижка з преїскурантної ціни (20-30% для обладнання, 2-5% для сировини).
- **Прогресивна (гуртова):** за кількість товару в замовленні.
- **Бонусна (за оборот):** надається постійним агентам за досягнення певного річного обороту.
- **Дилерська:** надається посередникам для покриття їхніх витрат і отримання прибутку.
- **Сконто:** за оплату готівкою або достроковий платіж.
- **Сезонна:** за купівлю товару поза сезоном.

7. Особливості ціноутворення на специфічних ринках

- **Міжнародні біржі:** торгівля ведеться якісно однорідними, взаємозамінними товарами за стандартами. Ціни (котирування) встановлюються щоденно в центрах світової торгівлі.
- **Міжнародні аукціони:** ціни формуються в процесі змагання покупців. Використовується підвищення цін (англійський метод) або зниження від початкової високої (голландський метод).
- **Міжнародні торги (тендери):** покупець оголошує умови, а продавці подають пропозиції. Ціна може бути фіксованою або запропонованою зі знижкою від орієнтира замовника.

8. Трансфертне ціноутворення та індикативні ціни

Трансфертна ціна — це ціна продажу товарів між підрозділами або пов'язаними особами ТНК. Мотиви використання:

- Мінімізація податків через перерозподіл прибутку в країни з низьким оподаткуванням.
- Зменшення митних платежів шляхом заниження вартості імпорту.

- Обхід валютних обмежень на репатріацію прибутку.

В Україні діє механізм **індикативних цін**. Це ціни, що відповідають реальній кон'юктурі світового ринку, які затверджуються Міністерством економіки. Вони є обов'язковими при укладанні угод, де застосовуються спеціальні антидемпінгові процедури чи квотування, для запобігання заниженню бази оподаткування та незаконному відшкодуванню ПДВ.

Ефективне ціноутворення в ЗЕД вимагає комплексного аналізу світової кон'юктури, гнучкого вибору базисних умов та стратегій, що забезпечує не лише конкурентоспроможність товару, а й фінансову стабільність суб'єкта господарювання на глобальному ринку