

ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ІМЕНІ ІВАНА БОБЕРСЬКОГО

Факультет туризму

Кафедра економіки та менеджменту

Завидівська О. І.

ЛЕКЦІЯ № 6

ЦІНОУТВОРЕННЯ В МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ

з навчальної дисципліни:

«Міжнародні економічні відносини»

підготовки *БАКАЛАВРІВ*

галузь знань **07 «Управління та адміністрування»**
(спеціальність 073 – «Менеджмент»)

Лекція обговорена і затверджена на засіданні кафедри економіки та менеджменту
(протокол № 5 від "10" грудня 2020 року)

Львів – 2020

План

1. Сутність ціноутворення на світовому ринку
 2. Класифікація цін на світових товарних ринках
 3. Основні методи встановлення зовнішньоторговельних цін
-

1. Сутність ціноутворення на світовому ринку

Світова ціна – це грошовий вираз інтернаціональної вартості виробництва. У більш практичному плані світова ціна – це ціна, за якою здійснюються великі комерційні роздільні зовнішньоторговельні операції з оплатою у вільноконвертованій валюті. Ключовою особливістю світової ціни на відміну від внутрішньої є множинність, тобто по одному й тому ж товару можуть встановлюватися різні ціни або ціни різного рівня.

Рух цін на окремі товари відображає вплив на виробництво і збут товарів багатьох чинників:

- Тривалість руху товару від виробника до споживача
- Цикл, у якому знаходиться світова економіка
- Закон вартості
- Діяльність монополій
- Сезонні коливання
- Політична стабільність в країні
- Ціни місцевих фірм конкурентів
- Особливості виробничого процесу
- Величина попиту
- Посередники та покупці
- Надбавки та знижки на користь посередника
- Обсяги ринку
- Витрати виробництва
- Імідж виробника
- Транспортні витрати
- Рівень і динаміка інфляції
- Характер регулювання економіки державою

- **Перемінні курси обміну валют**

Ціноутворення на світових товарних ринках відрізняється від національного ціноутворення: ціни на експорт та імпорт встановлюються звичайно в ході переговорів, причому за їх основу беруться світові ціни.

2. Класифікація цін на світових товарних ринках

У міжнародному обміні практикуються кілька способів встановлення і фіксації цін, пов'язаних з особливостями купівлі-продажу товарів.

1) За напрямом товарних потоків:

- *експортна ціна* – ціна за якою товар реалізується зарубіжному контрагенту;
- *імпортна ціна* – ціна по якій товар купується у зарубіжного контрагента.

2) За умовами розрахунків:

- *ціна комерційних угод* – відображає інтернаціональну ціну виробництва при звичайному порядку здійснення угоди купівлі-продажу;
- *ціна клірингових розрахунків* – ціна товару, в якій враховані умови і особливості клірингу (взаємозаліку);
- *ціна програм допомоги* – ціна товару, в якій враховані умови і особливості реалізації програм допомоги;
- *трансфертна ціна* – ціна товару, по якій здійснюються внутрішньокорпоративні операції.

3) За повнотою врахування витрат:

- *ціна нетто* – чиста ціна товару на місці його купівлі-продажу;
- *ціна споживання* – сума витрат покупця, включаючи витрати на придбання та використання товару в нормативний строк.

4) За характером реалізації:

- *оптова ціна* – ціна товару при продажу його партіями;
- *роздрібна ціна* – ціна товару при продажу його індивідуальному споживачу.

5) За мірою фіксації:

- *контрактна ціна* – ціна, яка встановлюється в контракті.
- *тверда* – встановлюється в момент підписання контракту та не підлягає коригуванню впродовж терміну його дії;

- *рухома* – фіксується в момент укладання угоди і може бути переглянута в подальшому, якщо ринкова ціна даного товару до моменту його поставки зміниться;
- *змінна («ковзання»)* – ціна, що встановлюється в момент виконання контракту шляхом перегляду договірної ціни в період виконання довгострокового контракту (на промислове обладнання, будівельні об'єкти, суднобудування, тощо).
- *з наступною фіксацією* – ціна, за якою в контракті обговорюються умови фіксації та принципи визначення її рівня.

б) За рівнем інформованості:

- *опубліковані ціни* – ціни, які повідомляється в спеціальних та фірмових джерелах інформації та відображають рівень світових цін.

До них відносять:

- 1) *довідкові ціни* – ціни товарів у внутрішній оптовій чи зовнішній торгівлі розвинутих країн, що публікуються в різних виданнях та являються відправним пунктом, з якого починається процес узгодження ціни при укладанні угоди;
- 2) *біржові котирування* – ціни товарів, що являються об'єктом біржової торгівлі;
- 3) *аукціонні ціни* – ціни товарів, що являються об'єктом аукціонної торгівлі і відображають реальні угоди.
- 4) *статистичні ціни* – середні експортні ціни за даними зовнішньоторговельної статистики;
- 5) *ціни фактичних угод* – ціни, що відображають фактичні комерційні операції;
- б) *ціни пропозицій великих фірм* – початковий рівень цін товарів, запропонованих продавцем.

У випадку, якщо інформація, необхідна для обґрунтування ціни, відсутня, використовують *розрахункові ціни*. Розрахунок може виконуватися на базі даних про витрати на виробництво продукції або з використанням опублікованих статистичними відомствами багатьох країн індексів експортних чи імпорتنих цін.

3. Основні методи встановлення зовнішньоторговельних цін

В умовах товарного виробництва можливі наступні методи встановлення зовнішньоторговельних цін:

- на базі власних витрат виробництва;
- за економічними результатами використання товару;

- виходячи з рівня попиту;
- орієнтуючись на рівень цін конкурентів.

1. Встановлення цін на базі власних витрат виробництва означає, що експортна ціна на продукцію визначається, як сума витрат виробництва (вартість сировини, матеріалів, палива, амортизаційну частину вартості машин і споруджень, заробітну плату), середнього прибутку і різних надбавок і знижок, зв'язаних зі станом кон'юнктури, умовами постачання і платежу, комерційними ризиками, вимогами покупця до виготовлення і приймання товару. Облік витрат виробництва здійснюється на основі калькуляції. Основна відмінність експортної калькуляції від внутрішньої складається в додаткових витратах по збуту, а саме: комісійна винагорода продавців і представників; імпорتنі митні витрати в країні покупця; транспортні витрати; витрати на фінансування; витрати по страхуванню товару; витрати по упакуванню; резерви, необхідні для покриття непередбачених ризиків; витрати по укладенню контракту, оформленню сертифікатів і інших паперів.

2. Встановлення цін за економічними результатами використання передбачає зіставлення конкуруючих на ринку товарів шляхом виявлення періоду окупності і норми рентабельності або річних витрат по експлуатації (це стосується машинотехнічної продукції). Якщо товар виробничого призначення не забезпечує покупцю норми прибутку на вкладені кошти, то продавець повинний або знизити продажну ціну до рівня, що забезпечує рентабельність у покупця, або поліпшити економічні показники пропонованих виробів.

3. Відповідно методу визначення цін з орієнтацією на попит, ціна товару визначається виходячи з того, скільки покупець може і хоче заплатити за пропонований товар, тобто з попиту на нього. Виробничі витрати розглядаються в цьому випадку як обмежувальний фактор, що показує, чи може товар продаватися за встановленою ціною з запланованим прибутком, чи ні. Даний метод успішно використовується за умови наявності на ринку взаємозамінних товарів, що дозволяють покупцю порівнювати аналогічні товари між собою і робити для себе висновки.

4. Розрахунок експортних цін по методу з орієнтацією на рівень конкуренції здійснюється в такий спосіб:

- з наявної бази даних роблять вибірку останніх даних про ціни на товари конкурентів, аналогічні (порівнянні) тим, що ми бажаємо експортувати;

- заносять у заздалегідь приготовану таблицю основні техніко-економічні показники того або іншого товару, включаючи умови постачання і ціни;
- за допомогою виправлень ціну експортованого товару приводять до умов реалізації на обраному ринку.