

# Лекція 2

## Систематизація видів світових цін

План

### Зміст

1. Світові ціни . . . . .	1
2. Ціни на різних типах ринків . . . . .	3
3. Ціни, які публікуються . . . . .	4
4. Розрахункові ціни . . . . .	7

### 1. Світові ціни

Ціни на міжнародних ринках встановлюються майже по тій же схемі, що і на національному ринку. Разом з тим, з'являються нові елементи:

- урядова політика по захисту внутрішнього ринку;
- валюта, яка використовується при здійсненні угоди та інші.

Якщо в основі ціни підприємств на внутрішньому ринку лежить цінність та витрати, то в основі світової ціни – інтернаціональна вартість.

Інтернаціональна вартість формується переважно під впливом умов виробництва в тих країнах, що є головними постачальниками товару на світовий ринок, і попитом на світовому ринку.

Основою для розрахунку експортних і імпортних цін в українській зовнішньоторговельній практиці виступають ціни основних товарних ринків. Вони є показниками, що відбивають середньосвітові умови виробництва, реалізації і споживання конкретних товарів.

Під, світовою ціною розуміється грошове вираження інтернаціональної вартості реалізованого на світовому ринку товару. На практиці світова ціна виступає як ціна найважливіших продавців і покупців або основних центрів міжнародної торгівлі і встановлюється в ході здійснення великих і регулярних угод по товарах. Ціни випадкових, епізодичних угод не є представницькими. Світова ціна характеризується наступними ознаками:

- це ціна, по якій здійснюються великі експортні й імпортні угоди на умовах, звичайних для більшості товарних ринків. Виключаються товарообмінні операції (бартер, компенсація і т. п.), постачання товарів у рамках державної допомоги, реалізація продукції спільних підприємств і т. п.;

- це ціна, використовувана в регулярних угодах на найважливіших ринках;
- це ціна товарів у таких угодах, платежі по якій ведуться у вільно конвертованій валюті в розглянутий період.

Платежі в міжнародній торгівлі розуміють як розрахунки через відповідні банки протягом не більше, як 15 днів. Термін застосовується на відміну від «передоплати» та «постачання товару в кредит».

В якості світових цін не можуть бути ціни, що обслуговують товарообіг у рамках замкнутих економічних угруповань.

Це не означає, що на той самий товар на окремих ринках повинні бути однакові ціни. На світовому ринку існує множинність цін, тобто ціни на однаковий товар у той же самий час можуть помітно розрізнятися. На рівень світових цін впливають валюта платежу, умови розрахунків, характер постачання, місце і час продажу і багато інших економічних і неекономічних факторів.

Визначення світової ціни має свої особливості, коли виникає питання про ціну світового ринку сировинних товарів чи товарів продукції обробної промисловості. Ціна на сировинні товари їхні джерела прив'язані до визначених географічних районів, у той час як виробництво різноманітного асортименту готової продукції налагоджено практично повсюдно. Маємо велику кількість країн-конкурентів.

Сфера застосування сировинних товарів відносно стабільна на відміну від промислової продукції, умови експлуатації якої істотно відрізняються по конкретних споживачах, а асортимент її дуже широкий. Тому на ринках готової продукції спостерігається значна диференціація цін на вироби однакового призначення.

Світовими цінами вважаються експортні ціни основних постачальників конкретного товару й імпорتنі ціни в найважливіших центрах купівлі цього товару. Наведемо деякі приклади:

- на алюміній і пшеницю світовими є експортні ціни Канади,
- пиломатеріали — експортні ціни Швеції,
- кольорові метали — ціни Лондонської біржі кольорових металів,
- нафта — експортні ціни країн-членів ОПЕК,
- хутро — ціни Лондонського і Санкт-Петербурзького аукціонів,
- тканини — ціни Лондонської біржі,
- вугілля — імпорتنі ціни в Західноєвропейських портах.

По сировинних товарах світову ціну визначають країни — основні постачальники. Зовсім по іншому визначається світова ціна на продукцію готових

виробів. Вирішальну роль тут грають провідні фірми-виробники, що володіють і експортують визначені типи і види виробів. Їхньої ціни і можуть бути використані в якості світових.

## 2. Ціни на різних типах ринків

Економісти виділяють чотири типи ринків, кожний з яких ставить свої проблеми в області ціноутворення.

### **Чиста конкуренція:**

- маємо багато виробників і споживачів, жоден з них не має суттєвого впливу на ринок у цілому;
- продавець не може виставляти ціну, вищу за ціни інших, та нижчу за ціни інших;
- роль цінової політики мінімальна.

Продавці не будуть запитувати ціну нижче ринкової, оскільки можуть продати усе, що потрібно, по існуючій ринковій ціні. Продавці на цих ринках не витрачають багато часу на розробку стратегії маркетингу, тому що доти, поки ринок залишається ринком чистої конкуренції, роль маркетингових досліджень, діяльності по розробці товару, політики цін, реклами, стимулювання збуту й інших заходів мінімальна.

### **Монополістична конкуренція:**

Ринок монополістичної конкуренції складається з безлічі покупців і продавців, що укладають угоди не по єдиній ринковій ціні, а в широкому діапазоні цін. Наявність діапазону цін передбачається здатністю продавців запропонувати покупцям різні варіанти товарів (як правило готової продукції).

Реальні вироби можуть відрізнятися друг від друга якістю, властивостями, зовнішнім оформленням. Розбіжності можуть полягати і у супутніх товарах послугах. Покупці бачать різницю в пропозиціях і готові платити за товари по-різному. Щоб виділитися чимось, крім ціни, продавці прагнуть розробити різні пропозиції для різних споживчих сегментів і широко користаються практикою присвоєння товарам марочних назв, рекламою і методами особистого продажу. У зв'язку з наявністю великого числа конкурентів стратегії їх маркетингу менше впливають на кожну окрему фірму, ніж в умовах олігополістичного ринку.

### **Олігополістична конкуренція:**

Олігополістичний ринок складається з невеликого числа продавців, дуже чутливих до політики ціноутворення і маркетингових стратегій один одного. Товари можуть бути схожими (сталь, алюміній), а можуть бути і несхожими (автомобілі, комп'ютери). Невелика кількість продавців пояснюється тим, що

новим претендентам важко проникнути на цей ринок. Кожен продавець чутливо реагує на стратегію і дії конкурентів. Якщо якась сталеливарна компанія знизить свої ціни на 10%, покупці швидко переключаться на цього постачальника. Іншим виробникам стали доведеться реагувати або теж зниженням цін, або пропозицією підвищити рівень та кількість послуг. Олігополіст ніколи не відчуває впевненості, що може домогтися якогось довгострокового результату за рахунок зниження цін. З іншого боку, якщо олігополіст підвищить ціни, конкуренти можуть не слідувати його прикладу. І тоді йому доведеться або повертатися до колишніх цін, або ризикувати втратою клієнтури на користь конкурентів.

#### **Чиста монополія:**

При чистій монополії на ринку усього один продавець. Це може бути державна організація (наприклад, Поштове відомство США), приватна регульована монополія (наприклад «Кон-Едисон») чи приватна нерегульована монополія (наприклад, «Дюпон» у період виходу на ринок з нейлоном).

У кожному окремому випадку ціноутворення складається по-різному. Державна монополія може за допомогою політики цін переслідувати досягнення самих різних цілей. Вона може установити ціну нижче середніх витрат якщо товар має важливе значення для покупців, що не в змозі купувати його за повну вартість. Ціна може бути призначена з розрахунком на покриття витрат чи одержання гарних доходів. У випадку регульованої монополії держава дозволяє компанії встановлювати ціни, що забезпечують одержання «справедливої норми прибутку», що дасть організації можливість підтримувати виробництво, а при необхідності і розширювати його. І навпаки, у випадку нерегульованої монополії фірма сама вільна встановлювати будь-яку ціну, що тільки витримає ринок. І все ж таки з ряду причин фірми не завжди встановлюють максимально можливу ціну. Тут і острах введення державного регулювання, і небажання залучати конкурентів, і прагнення швидше проникнути завдяки невисоким цінам на всю глибину ринку.

### **3. Ціни, які публікуються**

Орієнтиром для учасників зовнішньої торгівлі при визначенні цін на свої товари служить два види цін: ціни, які публікуються і розрахункові ціни.

До першого виду цін відносяться ціни, повідомлення про які можна знайти в спеціальних і фірмових джерелах інформації. Вони, як правило, відбивають рівень світових цін, якщо до них зробити необхідні виправлення. До цін, які публікуються, відносяться:

- довідкові ціни;
- біржові котіровки;

- аукціонні ціни;
- ціни фактичних угод;
- ціни пропозицій великих фірм.

Розглянемо окремі види цін, які публікуються і їхню роль, як джерела цін для експортерів, які встановлюють свої ціни на пропоновані ними товари.

Довідкові ціни являють собою ціни товарів у внутрішній оптовій чи зовнішній торгівлі країн. Публікацію їх можна знайти в різних друкованих виданнях. Джерелами цих цін є економічні газети і журнали спеціальні бюлетені, фірмові каталоги і прейскуранти.

Довідкові ціни можуть бути або чисто номінальними, тобто не зв'язаними з реальними комерційними операціями, або такі, що відбивають минулі операції, за минулий тиждень, місяць. Довідкові ціни відіграють роль відправної бази, з якої починається уторговування цін на переговорах про укладання угоди. Іноді їх використовують для визначення рівня ціни з наступною фіксацією, рухливої чи змінної ціни і тоді в контракті вказується конкретне джерело інформації як орієнтир у момент фіксації ціни, для того, щоб визначити остаточну ціну в момент платежу.

Довідкові ціни в більшості випадків являють собою так звані базисні ціни, тобто ціни товару визначеної якості і кількості, специфікації, розмірів, хімічного складу і т. п. у тому чи іншому заздалегідь встановленому географічному пункті (базисному пункті).

Вони, як правило, завищені в порівнянні з цінами реальних угод. При переговорах експортери надають з них знижки, що досягають у залежності від конкретних товарів від 7 до 30 і навіть 50%. Причому, чим глибше обробка товару, тим вище, знижка, що необхідно враховувати при орієнтуванні на них у переговорах.

Біржові котіровки і ціни аукціонів застосовуються у світовій торгівлі сировинними товарами мінерального і сільськогосподарського походження.

Міжнародні товарні біржі являють собою особливий вид постійно діючих ринків, на яких за певних умов відбуваються угоди купівлі-продажу на масові сировинні і продовольчі товари, що володіють родовими ознаками, якісно однорідними і взаємозамінними. Товар продається і купується без його пред'явлення й огляду. Укладання угод відбувається на основі типових біржових контрактів, що жорстко регламентують якість і терміни постачання.

Об'єктами біржової торгівлі виступають у даний час приблизно 70 товарів, питома вага яких складає близько 15-20% міжнародної торгівлі. Назвемо деякі з них: зернові, рослинні олії, насіння, живі тварини і м'ясо, текстильні товари — бавовна, джут, натуральний і штучний шовк, мита вовна; харчосмакові товари — цукор, кава, какао-боби, яйця, перець, картопля, арахіс; пиломатеріали і фанера, натуральний каучук.

З промислової сировини на біржі продають кольорові і дорогоцінні метали: мідь, олово, свинець, цинк; паливні товари: сира нафта.

На частку сільськогосподарських і лісових товарів припадає 55% обсягу біржової торгівлі. Угоди на купівлю і продаж реального товару на біржі укладаються виробниками — з метою реалізації вироблених ними товарів, споживачами — з метою забезпечення себе необхідними товарами, в основному сировиною, для подальшої переробки, торговцями — з метою подальшого перепродажу товарів кінцевим споживачам.

Міжнародні товарні аукціони являють собою спеціально організовані ринки, які періодично діють у визначених місцях.

На аукціонах шляхом публічних торгів у заздалегідь обумовлений час здійснюється продаж попередньо оглянутих покупцем товарів. Товари переходять у власність того покупця, який запропонував найбільш високу ціну.

Основними предметами торгу на міжнародних аукціонах є хутряні товари, немита вовна, щетина, чай, тютюн, овочі, фрукти, квіти, риба, тропічні породи лісу, племінна худоба. Для кожного аукціонного товару склалися свої центри аукціонної торгівлі.

Ціни на аукціонах встановлюються в результаті співвідношення між попитом та пропозицією. Основна особливість їхнього формування — наявність багатьох покупців і одного чи декількох продавців. На відміну від аукціонів для бірж характерний високий рівень конкуренції як серед продавців, так і серед покупців.

Ціни аукціонів і біржові котирування відбивають реальні угоди і їхні публікації носять регулярний характер, тому вони служать орієнтиром для встановлення цін по аукціонних і біржових товарах, реалізованих по звичайних контрактах. Спеціальні бюлетені, що випускаються біржовими й аукціонними комітетами, публікують рівні цих цін у міру проведення торгових операцій.

Навіть якщо товар не є біржовим, але у своєму складі містить речовину, яка є біржовим товаром, то на нього може бути встановлена ціна в прив'язці до біржового котирування. Так, ціну на мідний купорос, в основі якого лежить мідь (25%), можна установити на базі котирування на мідь плюс вартість переробки. Аналогічно встановлюється ціна на сульфат нікелю (40% нікелю) - ціна на нікель по котируванню плюс вартість переробки. Таким же методом можуть бути розраховані ціни на вироби з алюмінію й інші кольорові метали.

Більш складною справою є одержання даних про світові ціни на готові вироби, особливо машини й устаткування. Одним із джерел інформації є ціни торгів. Міжнародні торги — це спосіб закупівлі товарів, розміщення замовлень і видачі підрядів, що передбачає залучення до визначеного терміну пропозицій від декількох постачальників або підрядчиків різних країн та укладання контракту з тим з них, пропозиція якого найбільше вигідна (за цінами й іншими технічними умовами) організаторам торгів. Торги набули широкого пошире-

ння, відіграють важливу роль у пошуку і доборі контрагентів для укладання угод на постачання машин і устаткування, будівництво об'єктів "під ключ". Відмітною рисою такої форми торгівлі є наявність декількох продавців і одного покупця.

Міжнародні торги проводяться по технічно складній і капіталомісткій продукції машинобудування, що має яскраво виражені індивідуальні характеристики (металургійне, енергетичне машинобудування, підйомно-транспортне, дорожньо-будівельне сільськогосподарське устаткування, літаки і т.п.).

Ціни торгів охоплюють у даний час майже одну третину всіх експортних цін на машини й устаткування. На торгах оцінюється також будівництво промислових підприємств, мостів, залізних і автомобільних доріг, трубопроводів, електростанцій.

На торгах ціни на східні види товарів, як правило, нижче, ніж ціни аналогічної продукції, реалізованої по звичайних, комерційних контрактах. На жаль, результати торгів, у тому числі і ціни, публікуються рідко, з'являються в печаті епізодично лише по окремих операціях.

Варто мати на увазі, що ціни фактичних угод є найбільш вагомим критерієм для визначення рівня ціни в контракті. Добути інформацію про них буває частіше всього досить важко. Якщо таке трапляється, то зіставлення їх з довідковими цінами дає можливість більш правильно установити рівень ціни в контракті. Це дозволяє також виявити найбільш типовий розмір їхніх відхилень один від одного.

Можна скористатися в деяких випадках також цінами пропозицій великих фірм, хоча вони менш представницькі, чим ціни фактичних угод, тому що мають, власне кажучи, характер довідкових цін і під час переговорів звичайно знижуються в залежності від товару на 7–15%. Але вони усе-таки відрізняються від цін, що приводяться в прейскурантах і каталогах фірм тим, що в першому випадку орієнтовані на конкретного покупця і їхня публікація носить менш регулярний характер. Такі ціни пропозицій з'являються, в основному, у спеціалізованій галузевій пресі.

#### **4. Розрахункові ціни**

Розрахункові ціни застосовуються тоді, коли відсутня необхідна цінова інформація, на підставі якої може бути зроблене обґрунтування зовнішньоторговельної ціни по конкретній угоді. Розрахунок робиться на підставі даних, публікація яких носить регулярний, офіційний характер. До них відносяться індекси експортних і імпорتنих цін, індекси внутрішніх оптових цін. Вони публікуються статистичними відомствами розвинутих капіталістичних країн по широкому колу товарів і товарних груп.

Індекси цін — це відносні показники, що характеризують їхню зміну про-

тягом визначеного періоду часу. Їх використовують при проведенні аналізу основних тенденцій руху цін по конкретних товарах для визначення кон'юнктури, а також при оцінці можливого рівня цін на конкретну дату, якщо відсутнє абсолютне їхнє значення.

Розрахункові цінові показники можна також знайти в публікаціях середньостатистичних експортних і імпортних цін, розрахованих на основі даних зовнішньоторговельної (митної) статистики. Робиться це шляхом розподілу сумарної вартості товару на його кількість. Таким чином, визначають показник питомої вартості товару.

Такі розрахунки можна робити як у цілому по експорті й імпорту якої-небудь країни, так і по географічній ознаці. Ці дані більш реальні, чим довідкові ціни. Треба тільки мати на увазі, що вони відбивають не ціни фактично укладених угод, а суми експорту і імпорту за відповідний термін часу. Їх можна використовувати лише по однорідній, технічно нескладній продукції (сировинні товари, напівфабрикати, нескладні види устаткування).

Існують також розрахункові ціни постачальника, що застосовуються в контрактах на нестандартне спеціальне устаткування, яке, як правило, виробляється по індивідуальних замовленнях. Такий спосіб встановлення ціни застосовується тому, що розбіжності по конструкції, експлуатаційних властивостей, характеру виконання, якості і ваги у такому устаткуванні настільки великі що стає неможливим порівняння його з іншим аналогічним устаткуванням того ж призначення. На рівень розрахункової ціни певний вплив здійснює та обставина, що спеціальні машини й устаткування найчастіше випускають фірми, що фактично панують у даній порівняно вузькій області. Їх виробництво зв'язано з запатентованими винаходами, удосконаленою технологією.