

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Е.В. ЗАХАРЕНКО,

*Донецкий национальный университет*КОНЬЮНКТУРНО-ЦЕНОВАЯ РАБОТА ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ
ВНЕШНЕТОРГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ.

В настоящее время актуальным экономическим вопросом для Украины является интеграция в процесс международной торговли. Особую остроту эта проблема приобретает в процессе международной интеграции.

Интегрируясь в мировую хозяйственную систему, Украина неотвратимо вступила в конкуренцию за присутствие на глобальных товарных рынках, в борьбу за своё место в мировой экономике, за защиту своих национальных интересов [9, с. 30-32].

Украина выходит из кризиса, завоевывает новые рынки. Подтверждением этого служит рост внешнеторгового оборота. Так, экспорт Украины за 8 месяцев 2006 года составил 24218812,6 тыс. долл. США, а импорт – 27808845,1 тыс. долл. США. Прирост к аналогичному периоду 2005 года составил 107,9% и 121,2% соответственно [4].

Установление цены в системе международного маркетинга сложнее, чем на внутреннем рынке, так как приходится учитывать большее количество воздействующих факторов.

Для современной мировой экономики характерна множественность цен, которая заключается в том, что на одинаковые товары устанавливаются разные цены. Причинами множественности цен являются протекционизм, таможенные и другие барьеры. Создание особых торговых и валютных зон приводит к дифференциации цен на одни и те же товары в мировой торговле.

Актуальность данной темы заключается в том, что формирование мировых цен представляет особый интерес применительно к современной экономической действительности Украины. Это объясняется, в частности, широким распространением в

нашей литературе явного упрощения роли мировых цен — зачастую их представляют в качестве некоей позитивной цели, к которой должны стремиться уровни внутренних цен всех или большинства ведущих товаров в нормально функционирующей рыночной экономике. Анализ формирования мировых цен заставляет подходить к подобным выводам весьма осторожно, поскольку необходимо учитывать конкретные экономические условия, преобладающие в отдельные периоды в тех или иных странах. Вместе с тем, хотя совпадение внутренних и мировых цен встречается весьма редко, можно указать достаточно стабильные количественные взаимосвязи уровней внутренних и мировых цен на однородные товары.

Проблемы ценообразования в рыночных условиях рассматриваются на теоретическом и методологическом уровнях в научных трудах многих известных отечественных и зарубежных учёных. Так, А.С. Шныпко исследует конкурентоспособность национальной экономики на мировом рынке, проблемы и механизм реализации [9], а профессор Д.Г. Лукьяненко рассматривает стратегии экономического развития в условиях глобализации [5].

Исходя из анализа отечественной и зарубежной литературы и практики западных фирм, можно сделать вывод, что определение цены в условиях мирового рынка является сложным процессом, требующим комплексного анализа и учёта множества внешних и внутренних факторов функционирования предприятия [1-3; 6-8].

В сложившихся экономических условиях переходного периода использование старых нормативных подходов к определению цен стало невозможным, а условия

© Е.В. Захаренко, 2006

для применения классических рыночных методов ценообразования сформированы ещё не до конца. В связи с этим возникла проблема адаптации рыночных методов определения цен, сложившихся в мировой практике хозяйствования, к экономике Украины.

Целью статьи является анализ конъюнктурно-ценовой работы при осуществлении внешнеторговых операций, систематизация и анализ работы по установлению цены и проведению ценовой политики предприятия на мировом рынке.

Для достижения поставленных целей в статье решаются следующие задачи:

1. Классифицируются материалы и документация, которые используются для расчета внешнеторговых цен;
2. Определяется последовательность этапов работы по установлению внешне-торговой цены;
3. Выявляется практическая ценность конкурентных предложений;
4. Анализируются поправки при установлении конечной цены;

Для осуществления экспортной деятельности фирма должна провести комплексное исследование рынка и, прежде всего, изучить:

- конъюнктуру рынка данного товара, т. е. выявить существующий и ожидаемый спрос на него, на базе имеющихся источников информации определить уровень цен, по которым товар может быть предложен на рынке, тенденции их изменения;
- торгово-политические, транспортные и правовые условия работы на рынке, в частности содержание межправительственных соглашений, регулирующих ввоз товара, систему государственного регулирования внешней торговли в стране-импортере, включая уровень таможенного обложения предлагаемого экспортером товара, нетарифные барьеры;
- запреты и ограничения, порядок использования квот и получения лицензий, требования к сертификации товара, тарифы железных дорог и фрахтовые ставки, законодательство по страхованию, а также законодательство, регулирующее деятельность иностранных фирм в стране-

покупателе, и т.д.;

- фирменную структуру рынка, фирмы, которые играют ведущую роль на рынке данного товара и могут быть как потенциальными партнерами, так и конкурентами.

К наиболее ответственным элементам подготовки внешнеторговой сделки и контракта относятся анализ текущих цен мирового рынка и определение уровня контрактной цены. Такая работа включает в себя: сбор информации о текущих ценах мирового рынка, ее систематизацию и анализ, определение тенденций изменения рыночных цен и приведение их к условиям будущей контрактной сделки.

Изучение цен мировых товарных рынков требует четкого представления о существующих видах цен в рыночном хозяйстве. Материалы и документация, содержащие сведения о ценах мировых товарных рынков, которые используются для информационного обеспечения расчетов внешнеторговых цен, относятся к одной из двух групп: оперативная ценовая информация или продукция производителей информационных услуг.

Оперативная ценовая информация является результатом практической работы на внешнем рынке, она создается в ходе оперативной работы. Это документация, обмен которой сопровождает экспортные и импортные операции. Именно такая информация составляет основу для расчетов цен, служит особым информационным фондом, определяющим уровень осведомленности экспортеров и импортёров, степень их готовности к работе на внешнем рынке.

Преимущество содержащихся в оперативной информации данных о ценах заключается в том, что они являются первичной, т. е. получаемой из первых рук, информацией. В этом случае ценовая информация, минуя посредников, максимально быстро доходит до пользователя и лучше соответствует текущему состоянию рынка, что также подчеркивает ее оперативный характер. Оперативная информация по ценам включает следующие виды материалов и документации.

1. Только что запрошенные и полученные ранее предложения иностранных фирм на идентичные или наиболее близкие по технико-экономическим параметрам изделия, работы и услуги. Важно иметь в виду, что цена предложений содержит завышение, закладываемое экспортером в расчете на то, что в ходе переговоров импортер будет добиваться получения скидки. Предложения имеют срок действия, в течение которого экспортер готов заключить контракт на основе указанных в нем цен.

2. Ценники и прейскуранты, получаемые от иностранных фирм при закупке оборудования. Данная ценовая информация – это тоже предложения, но относящиеся к серийной, стандартной продукции, которая выпускается в ассортименте и имеет различные модификации (электродвигатели, металлоконструкции, промышленная арматура и т. д.). Экспортеру в этом случае предлагается выбрать ту модель, сорт и т. п., которая наиболее соответствует его требованиям.

3. Ранее заключенные контракты с иностранными фирмами на поставку аналогичных изделий, работ и услуг. Контрактные цены не содержат завышения, характерного для цен предложений, т. е. первые меньше вторых на величину скидки, полученной в результате коммерческих переговоров.

4. Счета иностранных фирм и контракты, заключаемые ими между собой, а также иная информация по их сделкам. При этом не рекомендуется использовать цены контрактов, подписанных в рамках производственных и коммерческих связей совместных предприятий и других компаний со своими зарубежными партнерами.

5. Материалы с ценами торгов. Законодательство большинства стран мира обязывает осуществлять закупки товаров и услуг для государственных нужд путем размещения заказов через торги.

Регулярное получение и обновление оперативной информации о ценах – предложений и контрактов – нередко сопряжено с серьезными трудностями. Другие недостатки оперативной информации заклю-

чаются в разнородности данных, относящихся к конкретным товарам и внешнеторговым операциям, невозможности их прямого сравнения, необходимости выполнения многочисленных процедур по приведению их к сопоставимому виду.

От указанных недостатков во многом свободны материалы по ценам, входящим в группу продукции производителей информационных услуг. Сотни различных организаций в зарубежных странах заняты сбором исходной ценовой информации, ее аналитической обработкой, хранением и распространением на коммерческой основе. В их числе органы государственной статистики, консультационные и исследовательские фирмы, торговые издательства и палаты, ассоциации производителей и т. д. Их усилиями разнородная информация приводится к сопоставимому виду, выстраивается во временные ряды ценовых показателей, которые позволяют без особого труда определить общие тенденции динамики цен на рынке и практически незаменимы при разработке прогнозов цен.

В практике ценообразования во внешнеэкономической деятельности нашли широкое применение следующие периодические материалы по мировым ценам:

1. Публикации по ценам биржевых товаров, т. е. биржевым котировкам.

2. Специальные публикации по справочным ценам.

3. Статистические публикации по индексам экспортных, импортных и внутренних оптовых цен, а также специализированным индексам цен.

4. Цены статистики внешней торговли зарубежных стран, которые получают путем деления данных о стоимостных объемах экспортированных или импортированных товаров на их физический объем.

Переход от мировой цены-ориентира к цене конкретной сделки состоит из двух этапов: установление исходной (базовой) цены и установление цены с учетом коммерческих условий поставки и технико-экономических характеристик изделия. Целью первого этапа является определение

целесообразного уровня цены на основании конкурентных материалов, анализа затрат на производство товара, ценности товара для потребителя и т.д. Полученные таким образом цены служат базой для дальнейшего маневрирования, при котором компании стремятся учесть многообразные ценообразующие факторы, параллельно и активно воздействуя на рынок, и приспособливаясь к меняющимся рыночным условиям (причем соотношение этих двух элементов ценовой политики – активного и пассивного – непрерывно меняется в зависимости от складывающейся рыночной конъюнктуры). Независимо от особенностей товара обычно проводятся следующие общие поправки: вид валюты, в которой эта сделка будет заключена, поправка на условия платежа, на базисные условия и срок поставки. В зависимости от особенностей товаров проводят специальные поправки.

Внесение поправок в исходные цены осуществляется в определенной последовательности. Конкурентные материалы приводятся к масштабу базового товара, в том числе по количественным показателям, – рассчитывается цена одного изделия (весовой единицы и т. п.). При этом необходимо учесть скидку за объем заказа, которая может достигать 10-40%. Цена единицы продукции может быть увеличена с учетом предоставленных скидок. Должны учитываться также вид поставки, сроки, вид платежа и т.д.

Затем учитывается поправка на комплектацию поставки, она особенно важна при покупке или продаже сложного комплектного оборудования. В этом случае из цены, имеющейся в конкурентном материале, вычитаются цены тех комплектующих изделий, которые будут получены иным путем (например, закуплены у отечественных предприятий). Если же в комплекте поставки товара по конкурентному материалу отсутствуют какие-либо изделия, цены этих изделий прибавляются к цене, имеющейся в конкурентном материале.

Пересчет цен конкурентов в цены, выраженные в валюте предстоящей сдел-

ки, осуществляется по курсу соответствующих валют на момент действия конкурентного материала. Цену, пересчитанную в валюту предстоящей сделки, приводят к сроку предстоящей сделки, чтобы учесть изменения цен при удорожании товаров, мировой инфляции и изменении курсов валют. Эти изменения учитываются при приведении цен по времени официальных индексов.

При этом принимаются во внимание условия платежа, оказывающие влияние на расчетную экспортную и импортную цены. Наиболее распространенной является аккредитивная форма расчетов (документальный аккредитив), которая наряду с расчетными чеками, банковскими переводами и инкассо представляет собой наличный платеж.

Цена товара при платеже наличными, как правило, ниже, чем при продаже в кредит, на величину банковского процента кредитуемой части цены и на скрытые в кредитной контрактной цене затраты продавца в связи с кредитом (стоимость страхования кредита в страховых компаниях и др.). Для расчета цены условия платежа, содержащиеся в имеющихся конкурентных материалах, приводят к условиям платежа наличными. Поправку на условия платежа вводят, если в конкурентном материале указана рассрочка платежа более 12 месяцев.

Приведение по базису поставки осуществляется с учетом затрат на фрахт, при условиях СИФ – и на страхование грузов. Обычно приводят цены конкурентов для экспортных поставок к условиям ФОБ, для импорта – СИФ. Величина стоимостного фрахта и страхования устанавливается согласно официальным данным транспортно-экспедиторских организаций.

Поправка на уторговывание применяется, прежде всего, при расчете импортной цены, поскольку обычно продавец, приславший коммерческое предложение, выдвигает в нем несколько завышенную цену. Покупатель же старается получить скидку, абсолютная величина которой определяется на основе длительной практики коммерческой работы с фирмами-продав-

цами. Если достоверная информация о возможном размере скидки отсутствует, то в расчете импортной цены принимают её в размере 10-15%. Когда же в основу расчета импортной цены берется прејскурант, можно получить скидку с прејскурантной цены 50% и более – все зависит от того, насколько успешно выбрана политика переговоров, а также от других обстоятельств.

Поправка на технико-экономические различия выполняется на финальном этапе расчетов. Так как обычно изделия фирм, приславших свои предложения, отличаются по технико-экономическим параметрам, заявленные этими фирмами цены поставки должны быть скорректированы, т. е. учтены достоинства и недостатки изделий. Этой цели служат поправки на комплектацию и технико-экономические различия.

Для экспортных операций оптимальным уровнем цены принято считать среднюю величину из приведенных цен конкурентов. Однако при выходе на рынки, где высок накал конкурентной борьбы (например, с машинами и оборудованием в промышленно развитых странах), более справедливо принимать самую нижнюю из приведенных цен. При определении цен на импортные товары оптимально принято считать самые низкие из приведенных цен конкурентов.

Цена товара в международной торговле – величина принципиально неустойчивая. На нее влияет множество факторов, поэтому для успеха на внешнем рынке недостаточно просто рассчитать цену экспортного товара, необходимо разрабатывать ценовую политику и постоянно проверять ее эффективность, изменяя ее по мере необходимости.

При определении критериев поведения предприятия на мировом рынке следует учитывать специфику не только отрасли, страны, но и условий, в которых функционирует фирма.

Импортная операция представляет собой коммерческую деятельность, связанную с покупкой и ввозом иностранных товаров в страну покупателя для последующей их реализации на внутреннем

рынке. На предконтрактном этапе осуществления импортной операции покупатель должен провести следующую конъюнктурно-ценовую работу:

- изучить конъюнктуру рынка на базе имеющихся источников информации или прямых конкурентных предложений, определить уровень цен на товар, а также тенденции их изменения;
- изучить фирменную структуру рынка в целях выбора возможных поставщиков;
- определить наиболее целесообразный метод закупки: напрямую у производителя, через посредников, используя различные формы встречной торговли, и т. д.;
- разослать запросы нескольким возможным поставщикам и получить от них предложения, либо сделать заказ определенной фирме.

Целью запроса является получение от экспортеров конкурентных предложений, поэтому они рассылаются нескольким фирмам разных стран. В запросах указывается наименование товара, его количество и качество, срок поставки. Цена, как правило, не указывается, так как ее определяет продавец. В связи с развитием такой формы реализации продукции, как прямые поставки потребителю, особенно широкое распространение получили договорные или разовые цены. Прямые поставки осуществляют либо на основе контрактов и индивидуальных заказов, либо путем эпизодических актов продажи продукции – как стандартной, так и учитывающей требования заказчиков. В договорных или разовых ценах обычно заранее оговариваются все технические параметры и характеристики продукции, условия ее поставки и т.п. Поэтому полученные в ответ на запрос прејскурантные цены будут скорректированы в процессе дальнейших переговоров. Тем не менее, рекомендуется в запросах указывать меньшие количества товара, чем требуется закупить, чтобы иметь возможность получить скидку с цены на увеличение объема закупки. Не следует также указывать на необходимость срочной поставки, так как это может использоваться продавцом в качестве основания для завыше-

ния цены.

Полученные от разных фирм-производителей коммерческие предложения анализируются на предмет их приемлемости для импортера с точки зрения коммерческих условий совершения сделки.

Внесение коммерческих поправок сводится к приведению всех привлекаемых к расчету цены конкурентных материалов к единым коммерческим условиям приобретения товара, причем одни из имеющихся конкурентных материалов принимается за эталон, а остальные приводятся к сопоставимому виду. Таким образом, импортером выбирается цена предложения, наиболее полно удовлетворяющая его требованиям в отношении коммерческих условий поставки импортируемого товара.

Изучение товарной структуры рынка неизбежно приводит предприятие к необходимости анализа качества, технического уровня, состояния сервиса и других элементов, сопровождающих конкурентные товары. Поэтому на следующем этапе расчетов цены анализируются с точки зрения соответствия их величины качественным характеристикам предлагаемых к импорту товаров путем проведения технико-экономического сопоставления цен и параметров данной продукции. Проведение технико-экономических сопоставлений является наиболее трудоемким этапом в процессе расчета цены на импортируемую продукцию. Здесь можно воспользоваться параметрическими методами.

На последнем этапе выбранный в качестве предмета импортной сделки товар должен быть оценен с точки зрения экономической эффективности его использования. Подобный расчет даст возможность импортеру предусмотреть все, как положительные, так и отрицательные, последствия будущей импортной операции.

Важная особенность формирования цен на машинно-техническую продукцию, которую необходимо учитывать импортеру при определении приемлемого уровня импортируемого товара, связана с тем, что фирмы, производители даже относительно несложного и недорогого оборудования, предпочитают изготавливать его по пред-

варительным заказам, гарантирующим реализацию. При этом за время, необходимое для исполнения заказа, ценовые параметры рынка той или иной страны-экспортера могут измениться. Чтобы обеспечить соответствие цены, зафиксированной сторонами в контракте, уровню цен на рынке в момент осуществления расчетов, фирме необходимо спрогнозировать динамику цен на рынке на срок изготовления оборудования и использовать полученные результаты при определении своей цены. Величина периода прогнозирования варьируется в силу разной продолжительности времени исполнения заказов на отдельные виды оборудования, а также в зависимости от страны принадлежности фирмы. С ростом срока изготовления прогнозный период увеличивается и в отношении сложного уникального оборудования может достигать двух-трех лет.

Следует учитывать, что в случае установления твердых контрактных цен поставщик, стремясь исключить всякую вероятность потерь, включает в фиксированную цену контракта надбавку, учитывающую так называемые затраты на непредвиденные риски. Такая надбавка призвана компенсировать предполагаемый рост издержек и сбытовых расходов, а также возможное увеличение мировых цен, которое прогнозируется на период исполнения контракта.

В свою очередь, чтобы избежать перерасхода валюты, покупатель должен иметь собственный прогноз мировых цен, определяющий обоснованность надбавки поставщика на непредвиденные риски и рост мировых цен.

Потенциальному покупателю импортной продукции целесообразно также проанализировать возможность изменения издержек обращения в виде транспортных расходов, стоимости таможенной очистки и других расходов в системе товародвижения к моменту исполнения контракта.

При импорте основой или отправным пунктом формирования внутренней цены, как правило, является контрактная цена или мировая цена товара. В отличие от обычных внутренних цен на уровень им-

портных цен значительное влияние оказывает таможенное обложение, а также географическое направление импорта.

Цены находятся в тесной взаимосвязи с другими элементами маркетинга, показателями работы предприятия и часто меняются на протяжении жизненного цикла товара. От цен зависят коммерческие результаты предприятия, а ценовая политика оказывает долговременное воздействие на всю его деятельность. Поэтому так важна разработка эффективной ценовой политики: установление на товары таких цен и такая их корректировка с учетом состояния рынка и предприятия, которые позволят завладеть определенной долей рынка, обеспечить намеченный объем прибыли и решить другие стратегические задачи.

Подводя итоги можно сделать вывод о том, что на данный момент, несмотря на сложность и неоднозначность общей экономической ситуации в Украине, наряду с имеющимися трудностями современного периода, отразившимися в ухудшении ряда показателей, все же начинают появляться и некоторые положительные тенденции экономического развития. Указанная ситуация, с нашей точки зрения, свидетельствует о начале формирования предпосылок для оживления экономики Украины и, соответственно, для активизации внешнеторговой деятельности, упрочение финансового положения украинских предприятий, а также для усовершенствования конъюнктурно-ценовой работы при осуществлении внешнеторговых операций.

Литература

1. Kolodko G. W. Globalization and Catching-Up: From Recession to Growth in Transition Economies. – IMF Working Paper WP/00/100. – Washington, D. C., 2000.
2. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Пер. с фр. – СПб. – М.: Наука, 1996.
3. Скрипник А.В. До питання про державне регулювання економіки // Фінанси України. – 2003. – № 6. – с. 86-93.
4. Статистичний щорічник України за 2005 рік. – К.: Консультант, 2006.
5. Стратегії економічного розвитку в умовах глобалізації: Монографія / За ред. д-ра екон. наук, проф. Д.Г. Лук'яненка – К.: КНЕУ, 2001.
6. Стратегія розвитку України // Науковий журнал. Гол. ред. О.П. Степанов. – К.: НАУ, 2004. – Вип. 1-2.
7. Чистилин Д.К. Самоорганизация мировой экономики: Евразийский аспект. – М.: ЗАО «Издательство» Экономика», 2004.
8. Чухно А. Актуальні проблеми економічного та соціального розвитку на сучасному етапі.// Економіка України. – 2004. – №5.
9. Шнипко О.С. Національна конкурентоспроможність: сутність, проблеми, механізми реалізації. – К.: 2003.

Статья поступила в редакцию 14.06.2006