

## ПРО ОСНОВНІ ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ КОНТРАКТНИХ ІМПОРТНИХ ЦІН ПІДПРИЄМСТВ НА СПОЖИВЧІ ТОВАРИ

*Ця стаття присвячена розгляду основних теоретичних засад контрактного ціноутворення на споживчі товари, за умови здійснення контрактних імпорتنних операцій. Приділено увагу основним складовим контрактних імпорتنних цін на споживчі товари та розглядається загальний механізм такого ціноутворення. Обґрунтовується необхідність удосконалення та доповнення існуючої класифікації складових контрактних імпорتنних цін.*

*The article is devoted to a consideration of the basic theoretical principles of the consumer goods pricing for contractual import operations. A special attention is given to the basic components of the contractual import prices on consumer goods and the general mechanism of such pricing. The author gives reasons for the necessity of improvement and supplementation of the existent classification of the components of the contractual import prices.*

**Постановка проблеми.** Відомо, що процес ціноутворення не є абсолютно уніфікованим для внутрішнього та зовнішнього ринків споживчих товарів. Крім того, процес ціноутворення має істотні відмінності в необхідності урахування особливостей здійснення експортних та імпорتنних операцій. Саме тому виникає нагальна потреба у розгляді ключових відмінностей саме контрактного імпортного ціноутворення на споживчі товари, особливо в контексті інтенсифікації світових глобалізаційних процесів та за умов подолання наслідків світової фінансово-економічної кризи.

**Аналіз останніх досліджень.** Питання зовнішньоекономічного ціноутворення розглядають в своїх працях такі відомі українські та іноземні вчені, як: Агеєв С.В. та Чепінога В.І. [1], Балабанова Л.В. та Сардак О.В. [2], Безкоровайна С.В. [3], Биншток Ф.И. [4], Георгіаді Н.Г., Князь С.В., Передало Х.С. та Берлінг Р.З. [5], Іваниченко В.В. [6] та інші. Але аналіз їх праць виявив певні недоліки та “білі плями” стосовно питання розгляду саме контрактного імпортного ціноутворення на споживчі товари. Так, майже зовсім не розглядається питання контрактного імпортного ціноутворення, при чому багато хто з авторів ототожнює зовнішньоекономічне ціноутворення із внутрішньоекономічним ціноутворенням. Крім того не досить чітко прописані основні складові контрактних імпорتنних цін, не достатня увага приділяється ключовим особливостям контрактних імпорتنних цін, при чому досить часті унікальні складові контрактних імпорتنних цін сформульовані досить не чітко та суперечливо. Питання економічного механізму контрактного імпортного ціноутворення також залишається поза увагою сучасних науковців.

**Постановка завдання та виклад основного матеріалу.** Означені проблеми дозволяють сформулювати відповідний перелік завдань, які покликана вирішити ця стаття. По-перше, необхідно чітко визначити саме значення терміну “контрактна імпортна ціна на споживчі товари”. Основні сутнісні характеристики цього поняття полягають у наступному:

- ціна є одним із видів загальної системи цін, якому притаманні всі характеристики економічної категорії “ціна”;
- ця ціна призначена для застосування у зовнішньоторговельній діяльності суб’єктів господарювання;
- ця ціна пов’язана із здійсненням імпорتنних операцій суб’єктів зовнішньоторговельній діяльності;
- об’єктом формування цієї ціни виступають товари споживчого призначення;
- ця ціна фіксується у міжнародних контрактах купівлі-продажу товарів між національним та іноземним суб’єктом господарювання у обраній іноземній валюті;
- формування цієї ціни здійснюється на базі світових цін виробництва товарів в країнах-експортерах, довідковий рівень яких є доступним для будь-якого учасника міжнародного обміну;
- при формуванні цієї ціни враховуються відповідні базисні умови постачання товарів імпортеру;
- формування цієї ціни здійснюється із врахуванням конкретних умов розрахунків за імпортовані товари;
- при формуванні цієї ціни враховуються комерційні та фінансові ризики, що пов’язані із конкретними видами імпорتنних операцій та групами споживчих товарів.

З урахуванням розглянутих основних сутнісних характеристик досліджуване поняття можна визначити наступним чином: “контрактна імпортна ціна на споживчі товари являє собою один із видів цін, що використовується у зовнішньоторговельних операціях з імпорту товарів споживчого призначення і фіксується у міжнародному контракті між національним та іноземним суб’єктами господарювання у обраній ними іноземній валюті, формування якої здійснюється на базі світових цін їх виробництва в країнах-експортерах із врахуванням конкретних базисних умов постачання, умов розрахунків та рівня комерційних і фінансових ризиків”.

По-друге – контрактні імпортні ціни на споживчі товари, що застосовуються в сучасній практиці міжнародної торгівлі відзначаються значним різноманіттям їх видів і потребують відповідної класифікації. В процесі класифікації науковці використовують наступні класифікаційні ознаки:

- вимір одиниці товару, на який встановлюється ціна;
- спосіб фіксації ціни в міжнародних контрактах купівлі-продажу товарів;

- вид базисних умов постачання товарів (ІНКОТЕРМС-2000);
- вид валюти ціни та валюти платежу;
- умови розрахунків за імпортовані товари;
- характер економічної діяльності учасників міжнародного обміну;
- стадія процесу формування цін;
- термін реалізації умов контракту;
- сукупність цін, що розглядається.

Цю систему класифікаційних ознак для більш повної диференціації варто доповнити наступними:

- група споживчих товарів, на які встановлюються ціни;
- характер інфляційного очищення ціни;
- очікуваний рівень рентабельності реалізації імпортованих товарів на внутрішньому споживчому ринку;
- очікуваний рівень ризику реалізації імпортованих товарів за цінами, що визначаються контрактом.

По-третє. Формування контрактних імпортних цін є процесом, теоретичне поняття якого потребує певного уточнення. Критичний огляд сучасної літератури з проблем ціноутворення і дослідження особливостей процесу, що розглядається щодо контрактних імпортних цін на споживчі товари дозволяє наступним чином узагальнити систему основних сутнісних характеристик поняття формування цих цін:

- таке формування цін являє собою економічний процес, що здійснюється окремими суб'єктами господарської діяльності;
- у цьому процесі приймають участь як імпортер, так і експортер товарів споживчого призначення;
- цей процес спрямований на визначення і відображення в міжнародному контракті купівлі-продажу рівня та структури ціни на споживчі товари;
- цей процес забезпечує реалізацію визначених економічних інтересів контрагентів по угоді;
- процес формування цін здійснюється з урахуванням конкретних факторів ринкового середовища;
- цей процес здійснюється під економічним регулюванням з боку відповідних міжнародних та національних державних органів.

З урахуванням визначених основних сутнісних характеристик поняття, що розглядається можна визначити наступним чином: "Формування контрактних імпортних цін на споживчі товари являє собою процес визначення рівня та структури ціни на товари, що імпортуються та їх фіксації у міжнародних контрактах купівлі-продажу відповідних споживчих товарів, який здійснюється партнерами по угоді для реалізації своїх економічних інтересів в конкретних ринкових умовах країн експортеру та імпортеру під економічним регулюванням з боку міжнародних та національних органів".

По-четверте. Процес формування контрактних імпортних цін підприємства на споживчі товари базується на певному економічному механізмі.

Загальний економічний механізм формування контрактних імпортних цін на споживчі товари варто розглядати у вигляді наступних основних складових його елементів:

а) система ринкового саморегулювання контрактних імпортних цін:

- світового ринку споживчих товарів;
- внутрішнього (національного) споживчого ринку країни-експортера та країни-імпортера;
- регіонального споживчого ринку, на якому здійснює свою господарську діяльність конкретний імпортер;

б) система регулювання контрактних імпортних цін окремими уповноваженими органами і суб'єктами господарювання:

- зовнішньоторговельних цін уповноваженими органами світових економічних об'єднань і організацій;
- зовнішньоторговельних цін уповноваженими державними органами країн експортера і імпортера товарів;
- внутрішнього регулювання контрактних цін конкретними суб'єктами господарювання, що здійснюють імпорт товарів;

в) система використовуваних методів розрахунку імпортних цін конкретними суб'єктами господарювання.

Такий розгляд процесу формування контрактних імпортних цін підприємства на споживчі товари дозволить фірмі не витратити зайві ресурси та зекономить затрати часу на намагання відрегулювати прийнятний рівень цін.

По-п'яте. Внутрішнє регулювання контрактних імпортних цін на споживчі товари окремими суб'єктами господарювання нерозривно пов'язане із розробкою структурно-логічної схеми побудови процесу їх формування. Цей процес варто здійснювати на підприємствах за такими визначеними окремими його етапами у наступній послідовності:

- розробка цінової політики підприємства щодо закупівлі і реалізації імпортних товарів споживчого призначення;
- визначення особливостей товару, який передбачений до імпорту наступної реалізації на внутрішньому споживчому ринку;
- дослідження кон'юнктури світового ринку відповідного товару і проектування можливого рівня ціни його реалізації потенційним покупцям;
- дослідження кон'юнктури внутрішнього споживчого ринку відповідного товару та вибір країни його експорту;

- ознайомлення з довідковими цінами пропозиції товару в країні-експортері та вибір потенційного контрагента по імпортній угоді;
- визначення форм та умов державного регулювання зовнішньоторговельних цін на відповідний товар в країні-експортері та Україні;
- вибір методу ціноутворення та обґрунтування проекту імпоротної ціни на товар з урахуванням можливого рівня ціни його реалізації на внутрішньому споживчому ринку;
- проведення попередніх переговорів з контрагентом щодо ціни товару в передбаченій міжнародній угоді його купівлі-продажу;
- фіксація ціни в укладеному контракті на імпорт відповідного товару споживчого призначення;
- забезпечення страхового захисту визначеної в контракті ціни на товар від цінового та валютного ризиків.

Така послідовність процесу формування контрактних імпортних цін на споживчі товари підприємствами дозволить сформулювати ефективні та дієві ціни закупівлі та реалізації.

**Висновок.** Таким чином, розглянувши всі перераховані теоретичні засади формування контрактних імпортних цін підприємства на споживчі товари, можна зробити переконливий висновок про необхідність точного розуміння самої сутності поняття контрактного ціноутворення, дотримання загального алгоритму формування контрактних цін та механізму регулювання контрактних імпортних цін підприємства на споживчі товари. Дотримання означених рекомендацій дозволить знизити рівень зовнішньоекономічного ризику при здійсненні контрактних імпортних операцій та сприятиме вирішенню стратегічних завдань діяльності підприємства.

### Література

1. Агеев С. В. Зовнішньоекономічна діяльність – основи, маркетинг, менеджмент, облік, ефективність / С. В. Агеев, В. І. Чепінога. – Харків : Студцентр, 2006. – 480 с.
2. Балабанова Л. В. Цінова політика торговельного підприємства в умовах маркетингової орієнтації : навч. посібник / Л. В. Балабанова, О. В. Сардак. – Донецьк : Дон Дуєт, 2003. – 156 с.
3. Безкоровайна С. В. Методологія формування цінової політики підприємства / С. В. Безкоровайна // Актуальні проблеми економіки. – 2002. – № 6. – С. 31–34.
4. Биншток Ф. И. Ценообразование : учеб. пособие / Ф. И. Биншток. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 197 с.
5. Основи зовнішньоекономічної діяльності : теоретичні основи і прикладні аспекти / Н. Г. Георгіаді, С. В. Князь, Х. С. Передало, Р. З. Берлінг. – Львів : Інтеллект-Захід, 2006. – 260 с.
6. Иваниенко В. В. Ценообразование / В. В. Иваниенко. – Харьков : Изд. дом. "ИНТЭК", 2003. – 152 с.

УДК 336.722.22(477)

Л. А. ВАСЮТИНСЬКА

Одеський державний економічний університет

## РЕАЛІЗАЦІЯ РЕГІОНАЛЬНИХ ПРОГРАМ ПІДТРИМКИ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ПРОГРАМНО-ЦІЛЬОВОГО БЮДЖЕТУВАННЯ

*Розглянуто основні засади програмно-цільового бюджетування при формуванні та реалізації регіональних програм підтримки малого підприємництва. Запропонована система індикаторів для оцінки результативності та ефективності названих програм.*

*The basic principles of program-performance budgeting in formulation and implementation of the regional programs oriented on support of small business are considered. A system of measures for evaluation of productivity and efficiency of those programs is offered.*

Підвищення добробуту суспільства є стратегічною метою держави. У досягненні цієї мети великого значення набувають процеси розвитку підприємництва, яке у найбільшій мірі сприяє формуванню ринкової структури економіки, розширенню бази оподаткування бюджетів усіх рівнів та забезпеченню зайнятості населення.

Активний розвиток малого бізнесу притаманний державам, економіка яких орієнтована на ринки. Саме в умовах ринку цей сектор розвивається динамічно й набуває антимонопольного впливу. Доступність та простота означеного виду діяльності сприяє його розповсюдженню. Данні Світового банку свідчать, що за простотою ведення бізнесу Україна у 2009 р. посіла 145 місце з-поміж 175 країн, причому тенденція є невтішною в порівнянні з показником 2006 р., коли він відповідав 128 місцю. Так, існує потреба у спрощенні й прискоренні адміністративних процедур, усуненні зайвих бар'єрів та регулятивних вимог, зниженні регуляторного тиску [1].

Діяльність малого та середнього бізнесу в основному зорієнтована на потреби місцевих ринків, тому ключова роль у координації підтримки підприємництва у регіонах належить місцевим органам виконавчої влади та органам місцевого самоврядування. Формування сприятливого підприємницького клімату у регіоні потребує створення місцевих інститутів підтримки малого бізнесу, а відтак і відповідної системи управління