

**Білобородько Я. П.  
Линенко А. В.**

канд. екон. наук, доц. кафедри управління персоналом і маркетингу  
Запорізький національний університет

## РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОЇ ЦІНОВОЇ КОМЕРЦІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

У світі, де економічні, технологічні та політичні зміни є невід'ємною частиною сучасності, розвиток міжнародної цінової комерції вимагає глибокого розгляду та аналізу. Глобалізація, торгові конфлікти, технологічні інновації та зміни в споживацьких уподобаннях створюють складне середовище для підприємств, що здійснюють міжнародну торгівлю.

Глобалізація є однією з ключових динамік сучасного світового господарства. Цей процес включає в себе зростання світової торгівлі, рух капіталів та вплив міжнародних корпорацій. Вона створює нові можливості для підприємств, але також призводить до посилення конкуренції. Глобалізація сприяє зростанню міжнародної торгівлі та створює широкі можливості для підприємств діяти на світовому ринку, також призводить до збільшення конкуренції, оскільки компанії з усього світу конкурують за тих самих клієнтів і ресурси, що вимагає від підприємств адаптації своїх цінових стратегій до нових реалій світового ринку.

Розвиток інформаційних технологій та інтернету дозволяє покупцям порівнювати ціни на товари та послуги в режимі реального часу, що створює тиск на підприємства для збалансування цін та забезпечення конкурентоспроможності. За останніми даними ІТУ та GSMA Intelligence, кількість користувачів інтернету у світі станом на 2023 рік становить 5,16 мільярда [1] (рисунок 1).

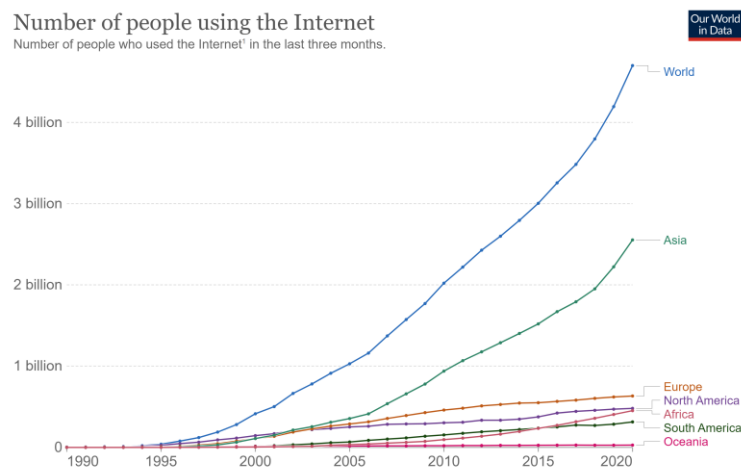


Рисунок 1 – Динаміка кількості інтернет-користувачів у світі [2]

Зміни в торгових політиках міжнародних гравців можуть мати значущий вплив на світову торгівлю та, відповідно, на ціни на імпортовані товари та послуги. Введення тарифів, торгові обмеження та торгові конфлікти можуть призвести до значних змін у цінній динаміці та вплинути на стратегії ціноутворення підприємств. Наприклад, введення великих митних обов'язків на імпорт може підвищити витрати підприємств і, відповідно, вимагати перегляду цін на їх продукцію.

Наступним викликом можуть слугувати валютні ризики. Зміни валютних курсів також можуть вплинути на прибутковість міжнародних операцій. Флуктуації валютних курсів можуть зробити імпортовані товари дорожчими або дешевшими, що має прямий

вплив на ціни. Управління валютними ризиками, включаючи використання фінансових інструментів, таких як форвардні контракти чи опціони, може бути важливою складовою для збереження прибутковості підприємств, особливо якщо вони працюють на міжнародних ринках. Зміни курсу іноземних валют, динаміка яких вказана на рисунку 2, впливають на міжнародні комерційні операції через їхній вплив на вартість товарів, прибутковість, ризик та необхідність фінансового управління.

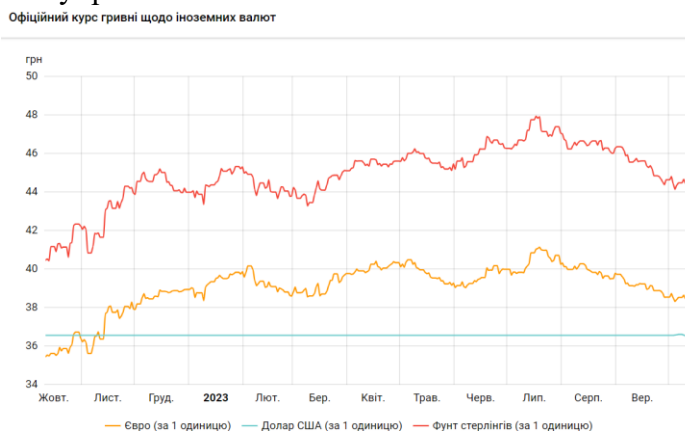


Рисунок 2 – Офіційний курс гривні щодо іноземних валют [3]

Розрізненість в культурних та споживачьких уподобаннях між різними регіонами і країнами може суттєво вплинути на стратегії ціноутворення підприємств, що повинні досліджувати та розуміти місцеві особливості кожного ринку, щоб враховувати їх у ціноутворенні. Наприклад, цінова політика, яка була б успішною на одному ринку, може не підходити для іншого через культурні відмінності, споживачькі попередження чи економічні умови. Прикладом може бути адаптація меню McDonald's до місцевих культур у різних країнах. В Індії, де багато людей є вегетаріанцями з релігійних міркувань, McDonald's запропонував вегетаріанське меню, яке включає альтернативи до м'ясних бургерів, такі як "Махараджа Мак" та "Мак Аалу Тікі" [4]. Це дозволило компанії виграти популярність серед місцевих споживачів та відповісти на їхні уподобання. Такий приклад ілюструє, як McDonald's адаптує свої продукти до конкретних культурних особливостей різних країн.

Розвиток міжнародної цінової комерції в умовах глобальних викликів є складною та важливою проблемою для підприємств, що діють на світовому ринку. Глобалізація, технологічний прогрес, торгові конфлікти, зміни валютних курсів та культурні відмінності створюють серйозні труднощі і можуть вплинути на цінову стратегію підприємств. У цьому контексті, важливо ретельно аналізувати всі аспекти глобальних викликів та розробляти гнучкі цінові стратегії, які враховують зміни на світовому ринку, щоб зберегти свою конкурентоспроможність та прибутковість.

Освіченість клієнтів, технологічні інновації, тарифи, валютні ризики та культурні особливості впливають на стратегії ціноутворення і вимагають уважної уваги підприємств. Адаптація до цих факторів та гнучка цінова політика допоможуть підприємствам залишатися конкурентоздатними та успішними в умовах глобальних викликів.

#### Література:

1. Simon Kemp. Digital 2023: Global overview report. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>.
2. Hannah Ritchie, Edouard Mathieu, Max Roser and Esteban Ortiz-Ospina. Number of people using the Internet. URL: <https://ourworldindata.org/internet>.
3. Національний банк України. Офіційний сайт. URL: <https://bank.gov.ua/>.
4. Priya S. Lakshmi, BB Mani Latha, H. Chiathra, T. Kavya та Roopika Ashwanth, «Дослідження продовольчої франшизи в Індії: З особливим посиленням на Бангалор», Міжнародний журнал досліджень торгівлі та управління, 2015.